



ESCUELA DE ANTROPOLOGÍA

LOS JOYEROS DE SANTIAGO Y LA TRANSFORMACIÓN DE OBJETOS EN
SÍMBOLOS SOCIALES DE DISTINCIÓN. UN ESTUDIO AUTO-ETNOGRÁFICO DE
LOS TALLERES DE JOYAS EN SANTIAGO.

Alumno: Faúndez Alvarado, Julio

Profesor Guía: Campos Muñoz, Luis

Tesis para optar al Título de Antropólogo Social

Tesis para optar al grado de Licenciado en Antropología

Santiago, Julio 2013.

Este trabajo está dedicado a mi esposa e hijo, a mis padres, a los joyeros que he conocido y a todos los que me brindaron su apoyo.

ÍNDICE GENERAL.

INTRODUCCIÓN.....	6
OBJETIVOS.....	13
III. MARCO METOLÓGICO.....	17
Metodología por objetivo.....	22
IV. MARCO TEÓRICO.....	26
Sobre las técnicas corporales.....	26
Metales y joyas como objetos preciosos.....	28
Joyereros y su relación con las joyas.....	35
V. UNA BREVE REVISIÓN HISTORICA Y ANTROPOLÓGICA SOBRE LOS JOYEROS DEL PASADO.....	48
1.2. Retrafas y joyas Mapuches.....	55
1.3. Joyeros Medievales Europeos.....	58
1.4. Joyeros de monasterio.....	59
VI. JOYEROS DE SANTIAGO.....	64
Algunos antecedentes generales de los joyeros de Santiago y su relación con el Estado.....	64
Los joyeros y joyas en relación a ciertos contextos políticos.....	65
Descripción física, espacial y social de un taller actual de Santiago.....	72
Descripciones etnográficas sobre un taller.....	75
Maquinarias.....	81
Resumen descriptivo de los joyeros en distintos contextos históricos.....	84
Cuadro 1: la información del cuadro fue obtenida de las referencias bibliográficas y el trabajo etnográfico.....	85
VII. LA CONSTRUCCIÓN DEL IMAGINARIO SOCIAL DEL JOYERO.....	86
Los joyeros: un conocimiento socialmente construido.....	87
Cambios tecnológicos y productivos dentro del oficio.....	98

<u>Algunos aspectos técnicos y económicos sobre los metales.....</u>	<u>104</u>
<u>Metales y joyeros.....</u>	<u>108</u>
<u>Los joyeros y una clientela en constante construcción.....</u>	<u>115</u>
<u>Sobre la legitimidad y exclusividad de las joyas.....</u>	<u>119</u>
<u>PRODUCTOS Y GUSTOS DEL JOYERO EN RELACIÓN A LA JOYERÍA.....</u>	<u>130</u>
<u> El Catálogo.....</u>	<u>140</u>
<u>CONSTRUCCIÓN DE LA RELACIÓN SIMBÓLICA ENTRE CLIENTES Y JOYAS.</u>	<u>143</u>
<u> El gusto a pedido de los clientes.....</u>	<u>143</u>
<u> El sentido de una joya y su desvalorización cuando vuelve a ser mercancía.....</u>	<u>145</u>
<u> Prácticas sociales en el uso de las joyas. Una biografía sobre el uso de las joyas.....</u>	<u>147</u>
<u> El obsequio suntuario como una metáfora entrañable.....</u>	<u>158</u>
<u> Pedidos de joyas y sus diversos significados.....</u>	<u>163</u>
<u> El caso del pedido de una joya en un contexto de obsequio familiar.....</u>	<u>165</u>
<u> La vida social y simbólica de algunas joyas.....</u>	<u>169</u>
<u> La biografía social sobre el anillo de “ilusión” versus anillo de compromiso.....</u>	<u>173</u>
<u> Juan Pablo II, la joyería Chilena y un enfoque biográfico de las cosas.....</u>	<u>181</u>
<u>LA INCORPORACIÓN DE LA PLATERÍA MAPUCHE DENTRO DEL REPERTORIO</u>	
<u>PRODUCTIVO DEL JOYERO DE SANTIAGO.....</u>	<u>191</u>
<u>CONCLUSIONES.....</u>	<u>200</u>
<u> Conclusiones metodológicas.....</u>	<u>200</u>
<u> Conclusiones teóricas.....</u>	<u>203</u>
<u>BIBLIOGRAFÍA.....</u>	<u>212</u>

RESUMEN.

La presente investigación tiene por objetivo principal describir la función social del joyero de Santiago, a partir de sus prácticas en el oficio como agentes productores de objetos de joyería y su relación con las personas que se apropian de dichos objetos, entendiendo este acto como una forma que permite reforzar y reactualizar distintos aspectos materiales y simbólicos en la vida social de las personas, permitiéndoles expresar formas de distinción social y personal. Para llevar a cabo esta investigación, se describirá la función social que cumplían los joyeros y el uso de los metales en algunos pueblos originarios y en el mundo medieval. Luego, daremos cuenta de la cultura material y el conocimiento práctico de los joyeros que han utilizado para mantener su continuidad y vigencia del oficio en Santiago. Otro acercamiento, tiene que ver con describir las prácticas sociales que permiten la singularización de una joya cuando ésta es utilizada. Por último, daremos cuenta de las continuidades y discontinuidades simbólicas que se establecen entre los joyeros y joyas con diversas formas de distinción y clasificación social.

INTRODUCCIÓN.

El estudio que presento tiene por objetivo dar cuenta de la función social de los joyeros de Santiago. Dicha función está definida por un conjunto de elementos simbólicos que permiten a las personas estructurar un sentido de distinción por medio de las joyas. Al mismo tiempo, el conocimiento del joyero jugará un rol importante en la configuración de este oficio, ya sea en su dimensión técnica y simbólica. Técnicas que permiten fabricar, transformar y reparar una joya, incidiendo directamente en mantener y distinguir el valor simbólico que buscan las personas en la construcción de su mundo social.

Esta investigación intenta ser un aporte no tan sólo al oficio de los joyeros de Santiago, sino que además a la función social que adquieren los objetos que se trabajan y que posteriormente se transforman. Sin desconocer que a lo largo de la historia la ornamentación corporal, en base a metales y piedras preciosas o semipreciosas, ha sido una necesidad simbólica que el joyero ha tenido que satisfacer. El joyero debe adecuarse al consumo simbólico que hay sobre las joyas, pues al apropiarse de éstas, se transforman en objetos de representación personal y símbolos de relaciones sociales. Las joyas pueden contener determinados mensajes dependiendo del contexto histórico en el que se encuentren. Esto significa que automáticamente estos objetos pasan a ser un elemento fundamental para nuestro análisis, puesto que desde sus inicios más tempranos comunicaban un valor y significado que va más allá de lo estético y ornamental. Existen una serie de elementos históricos que van apuntando a un joyero con implicancias sociales, asumiendo en su producción la reactualización simbólica de objetos en función a deseos o gustos, que se organizan dentro de un sistema de distinción social y personal fundamental para la cultura humana.

Hay que comprender al joyero y sus joyas como un conjunto inseparable, los cuales han estado sujetos a distintos cambios y están constantemente reactualizándose conforme a los intereses de distintos grupos que surgen en momentos históricos determinados. Cuando me refiero al concepto de joyería, no sólo apunto al objeto o a la joya en sí, sino que además al oficio en cuestión, es decir, a una práctica social que ha sido incorporada y transmitida

entre los joyeros por generaciones, que a su vez, es valorada socialmente por las personas que utilizan objetos de joyería y el valor simbólico que estos representan. El joyero confecciona joyas que corresponden a un tipo de mercancía particular, ya que al ser consumidas se consolidan como signos o símbolos, actualizando así un sistema de distinción y clasificación social.

El concepto de función social estará dado por los autores que presentaré en la discusión teórica, pues a partir de esos lineamientos abordaremos la función social del joyero. Por el momento sólo me referiré a lo postulado por Mary Douglas y Baron Isherwood (1990), quienes a partir de un estudio de los bienes lograron verificar un sistema de categorías de la cultura. Donde es posible señalar que la función social de los bienes, está dada por las formas de reproducir y construir un sistema de clasificación social que permite dar un sentido a la vida social.

En este trabajo, trataremos de describir la función social del joyero no tan sólo como agente productor de joyas, sino también como un agente que reactualiza y refuerza la reproducción simbólica en la vida social de la personas. Las joyas serán abordadas desde un enfoque biográfico de las cosas (Appadurai, 1991), en donde estos objetos forjan una historia con las personas o grupos sociales.

En esta investigación utilizo la categoría “joyero” frente a la de orfebre, puesto que esta última tiene un menor peso histórico en Santiago y ha sido menos utilizada entre los maestros de joyería en la capital. La categoría joyero evoca un concepto de larga data que en la práctica se ha utilizado para definir a un maestro o persona que fabrica, repara y vende joyas. Cuando describimos a la joyería como un oficio, nos estamos refiriendo a una labor que, en general, no está avalada por estudios formales. El significado de la palabra oficio, proveniente del latín *officium*, es una ocupación habitual o la profesión de algún arte mecánica. El término suele utilizarse para hacer referencia a una “*ocupación habitual especialmente si es manual*” (Real academia española, 2007: 486) o aquella actividad laboral que no requiere estudios formales. Como sostiene Candau, la memoria dentro de un oficio o profesión debe ser parte de un proceso de transmisión social. “*Cada profesión se*

hace una memoria destinada a ser transmitida y eventualmente enmendada o aumentada. Si la transmisión de la tecnología a veces se considera más importante que la transmisión de los bienes, es porque la memoria de las técnicas es frágil, fugaz, y no va más allá de los cincuenta o sesenta años desde la interrupción de la práctica” (Candau, 2006:109). La transmisión del conocimiento de los joyeros más experimentados no es posible reproducirlo en un manual de técnicas de joyerías, ya que esto por sí solo, no constituye una memoria. Hay una serie de elementos que permiten transmitir dicho conocimiento como la observación, imitación, sonidos, el tacto, el ensayo y error. Todos ellos son parte fundamental en la comprensión y ejecución de este oficio dentro de un taller.

No obstante, es necesario hacer algunas especificaciones sobre la idea de oficio del joyero, pues si bien hay similitudes con otros oficios en cuanto al ser un trabajo manual, existen diferencias importantes en torno a las necesidades que se deben cubrir. En el caso del panadero, es un oficio de primera necesidad, pues es parte principal en el repertorio alimenticio de las personas. En cambio, el joyero encarna un oficio suntuario y anti utilitario, es decir, sus productos no satisfacen las necesidades básicas de las personas, sino que responden a otros requerimientos culturales, como productos estéticos-ornamentales y simbólicos. Componiendo así, una parte dentro del repertorio de clasificación social de las personas.

En este caso, una ciudad como Santiago se ha caracterizado por amparar en sus comunas céntricas un gran número de joyeros, los cuales han tenido un rol importante en atender la necesidad simbólica de las personas. La búsqueda incesante de lo estéticamente bello, tiene su razón ser, según Bourdieu con el sentido estético¹, el cual está implicado con el gusto, éste es un acto de distinción en el espacio social. Los joyeros constantemente van incorporando y renovando este sentido estético en función de los gustos, reforzando el

¹ Según Bourdieu el sentido estético “*como toda especie de gusto, une y separa; al ser el producto de unos condicionamientos asociados a una clase particular de condiciones de existencia, une a todos los que son producto de condiciones semejantes, pero distinguiéndolos de todos los demás y en lo que tiene de más de esencial, ya que el gusto es el principio de todo lo que se tiene, personas y cosas, y de todo lo que se es para los otros, de aquello por lo que uno se clasifica y por lo que le clasifican*”. (Bourdieu, 1999:53)

sentido de la distinción, imponiendo y consensuando, de manera más legítima, su mercancía frente a los potenciales interesados.

Según los antecedentes planteados considero que la pregunta de investigación debe ser la siguiente:

- ¿Es posible determinar la función social de los joyeros de Santiago, a partir de su oficio y las joyas que estos producen, y su relación con las personas que consumen dichos objetos, entendiendo esta relación como una forma de reactualizar distintos aspectos simbólicos de la vida social de las personas?

Este trabajo tiene un carácter cualitativo y exploratorio en donde el grupo objetivo está representado por 10 personas considerados joyeros que están trabajando en talleres dentro de Santiago. Además, estimo relevante conocer el testimonio de 5 clientes que solicitan objetos de joyería, pues son ellos quienes permiten mantener la continuidad del oficio del joyero. Esto debe entregar algunas pistas sobre la producción y el consumo de joyas, y cómo estas prácticas se han construido simbólicamente, puesto que hay que pensar al joyero dentro de una constante relación con las personas que solicitan joyas, en donde el deseo por estos bienes simbólicos cobra sentido en sus portadores.

Desde el punto de vista etnográfico la información es obtenida de primera mano, a partir de la observación participante, desde dentro de un taller típico de Santiago, lo que automáticamente permite construir el vínculo con otros talleres. Mi acercamiento no sólo está enmarcado en una aproximación clásica de un investigador, sino también como alguien que tiene una función en la fabricación de joyas dentro de un taller, vale decir, como practicante de este oficio. Por lo tanto, el enfoque de esta investigación tiene una dimensión auto-etnográfica. Sobre esta posición y frente a la realidad que quiero dar cuenta, debo señalar que comencé a conocer este oficio hace unos 9 años atrás (cuando recién comenzaba mis estudios de antropología). Me había interesado por confeccionar artesanías con alambre y mostacilla (aros, pulseras, cadenas, collares) y al año siguiente quería seguir perfeccionando este tipo de trabajo. Fue entonces cuando recordé que uno de mis amigos de

la infancia, con el cual aún mantenía contacto, trabajaba en el taller de joyas de su tío joyero. Así, le consulté si era posible observar cómo fabricaban las joyas. De esta manera, comencé a introducirme en el mundo de este oficio.

Como es de costumbre en los lugares que uno desconoce, las ideas preconcebidas fueron rápidamente echadas por tierra. Una de ellas era la idea de trabajar metales como la alpaca, el cobre y el bronce. Estos eran inviables de introducir dentro de un taller de joyería fina, el cual está orientado a metales nobles como el oro, el platino y la plata. Frente a esta dificultad, se sumó el interés y el desafío que significaba personalmente, confeccionar una joya con metales nobles. Allí me encontré con un mundo caóticamente complejo, partiendo por herramientas que jamás había visto, sumado a lo rústico que me parecía la infraestructura, la cual no coincidía con lo que uno esperaba de una joyería. Realmente, costaba creer que de un lugar así se lograrán joyas, y mucho menos pensé aprender, en alguna medida, este oficio.

Son muchas las dificultades que se presentan en un comienzo, como por ejemplo generar la confianza necesaria para trabajar dentro de un taller, conocer las herramientas y las técnicas (mañas) con las cuales estas se manejan de mejor manera, las medidas estándares de pulseras y cadenas, ya sea para hombres y mujeres, el peso máximo que pueden tener los aros para las mujeres. Reconocer, por medio de la observación, las diferencias entre el oro y la fantasía. Además de conocer los locales donde obtener metales, piedras, herramientas, entre otros servicios. Por último, lo complejo que fue en un comienzo, darle un valor monetario a la joya elaborada.

Fue así, como he logrado un cierto posicionamiento laboral en este oficio y decidí realizar un trabajo experiencial y antropológico, en el cual los joyeros y sus joyas han sido parte central de mi análisis. Hecho que es interesante considerando que no ha sido un tema abordado en las ramas de las ciencias sociales.

El documento está ordenado en doce capítulos: en el primero se introduce la problemática, se presenta la pregunta de investigación guiará este trabajo. En el capítulo II y III se describen los objetivos y el marco metodológico donde se acota la muestra y se detallan las

actividades para resolver los objetivos y las técnicas de recolección de datos. El cuarto capítulo comprende al marco teórico, en el cual reviso conceptos sobre las técnicas corporales ejercidas tanto por las personas que portan joyas como los que las fabrican, los objetos preciosos, la distinción y clasificación social definida por los gustos que se manifiestan por las joyas, siendo el obsequio uno de los actos que conducen a la singularización de las joyas en la vida social de las personas.

El capítulo V corresponde a una revisión breve sobre los joyeros del pasado, respaldados por datos históricos y antropológicos que permiten establecer relaciones con los joyeros actuales de Santiago, además de los hitos sociales y políticos que han incidido en el oficio.

Por otra parte, el sexto capítulo tiene que ver con los joyeros de Santiago y su relación con lo político (el Estado). Luego se realizarán descripciones etnográficas de la dinámica actual de un taller de joyas. Para terminar con un resumen descriptivo de los joyeros de distintos contextos históricos.

En el capítulo siete, los joyeros serán descritos por su imaginario, técnicas del oficio, la construcción de una clientela y la autenticidad de la piezas. Las joyas representan algo distinto tanto para el joyero como para el cliente. Los joyeros son testigos de los cambios que ha experimentado la fabricación de joyas y cómo el uso de ciertos metales va reflejando ciertos aspectos sociales.

El capítulo ocho está dado por las joyas y los gustos de los joyeros, quienes definirán por medio de metales específicos el elemento de belleza de una joya. El capítulo nueve dice sobre los usos y prácticas sociales que tienen los clientes sobre los objetos de joyería, dejando en evidencia los gustos construidos por grupos de poder o tradiciones familiares, donde el obsequio suntuario también refuerza la continuidad de dichos usos.

El capítulo diez corresponde a la platería mapuche como una forma de distinción social, la cual cobra un incremento en su producción, debido al establecimiento de nuevos escenarios políticos y legales en el país.

En el capítulo XI se presentan las conclusiones metodológicas y teóricas de la investigación. La primera tiene que ver con las ventajas cualitativas que significa aplicar un enfoque auto-etnográfico. Respecto a las conclusiones teóricas se enmarcarán a los objetivos planteados y al aporte antropológico que puede entregar esta investigación. Por último, en el capítulo doce estará estipulada la bibliografía utilizada en esta investigación.

La importancia de este trabajo es realzar el rol de los joyeros y sus productos a lo largo de la historia de la sociedad, pues el joyero va reflejando con sus productos, las distintas sociedades o contextos históricos en los que se encuentra, sean sociedades indígenas, medievales o capitalistas.

No desconozco que actualmente, en una economía de mercado el oficio del joyero se ha encontrado en diversas encrucijadas, ya sea por ser un oficio sensible a las llamadas crisis económicas o políticas, como también a la producción de una joyería en serie basada en máquinas. Está comprobado que en las crisis económicas o políticas, inmediatamente las personas dejan de lado el consumo de bienes secundarios como las joyas, dirigiendo su interés por bienes de primera necesidad, como por ejemplo, el alimento. Si bien el interés por las joyas no desaparece, se reduce significativamente el gasto suntuario. Con ello se refleja que el joyero debe adaptarse a los distintos escenarios políticos, económicos y sociales a los que se enfrenta.

Dentro de una economía de mercado, la joyería hecha a mano ha tenido que competir con la introducción de las joyas en serie - producción industrial más económica y elaborada por máquinas- este fue otro momento en que el oficio del joyero se vio amenazado, sin embargo, se impuso la joya hecha a mano por su larga vida y gran calidad en comparación a la basada en máquina.

A pesar de las dificultades, el joyero siempre ha sido un fiel acompañante en distintas sociedades, desde que el hombre decidió darle un uso simbólico a los metales preciosos.

OBJETIVOS.

El objetivo general de la investigación es:

Dar cuenta de la función social de los joyeros en Santiago, a partir de sus prácticas en el oficio, como agentes productores de objetos de joyería y la relación con las personas que consumen dichos objetos, entendiendo esta relación como una forma de reforzar y reactualizar distintos aspectos simbólicos en la vida social de las personas.

Este trabajo ha pretendido generar un conocimiento antropológico, en función a un oficio de larga data histórica, que va apuntando al joyero como un sujeto con implicancias sociales, asumiendo en su producción material la reactualización simbólica en correspondencia con los gustos de distinción social y personal que se demanda.

De acuerdo a este objetivo principal es posible desprender los objetivos específicos que han permitido ordenar y acotar este estudio. Los objetivos específicos son:

1. Describir, a partir de la documentación histórica y antropológica, la función social que tenían los joyeros y los bienes suntuarios producidos en el mundo prehispánico y en otros contextos de Europa antigua.

Este objetivo está contenido en el capítulo de los antecedentes de la investigación. Se revisó, a través de documentación antropológica e histórica, el rol que tenían los joyeros y sus joyas en algunos contextos culturales pasados del viejo y el nuevo mundo, puesto que así puedo integrar un respaldo histórico sobre relevancia funcional del joyero y su productos en sociedades antiguas, con el fin de establecer el sentido social en torno al uso de objetos suntuarios a base de metales. Se exponen temas tratados en torno al sentido de la ornamentación corporal en base a la metalurgia tales como aparecen en los pueblos precolombinos andinos. Además, fueron considerados registros sobre la platería mapuche y sus joyeros. Asimismo, algunos antecedentes históricos sobre los orfebres medievales en

Europa. Son distintos los nexos materiales y simbólicos que se pueden establecer entre las sociedades antiguas y la actual en su interés por los bienes suntuarios como en cuanto al uso de joyas.

2. Dar cuenta de la cultura material y el conocimiento práctico que los joyeros han utilizado para mantener la continuidad y vigencia de la joyería en Santiago.

Este objetivo apunta al oficio de los joyeros, describiendo la cultura material y el conocimiento que hay dentro de un taller actual. Describo los aspectos materiales como su infraestructura y materias primas, que van conformando un taller de joyas típico de Santiago, como espacio generador de la reactualización simbólica. Otro aspecto importante es el conocimiento práctico que aplican en los talleres, dicho saber tiene un nexo directo con la joya, por lo tanto con lo social. Hay un conocimiento práctico sobre los requerimientos técnicos y estéticos que socialmente se han establecido al momento de confeccionar una joya, generando no sólo un movimiento de materialidades, sino también un espacio de signos y símbolos que se imponen o se consensuan. Igualmente, es interesante referirse a una de las prácticas más importantes dentro de un oficio, más comúnmente conocida como la reparación o compostura. Este evento tiene implicancias interesantes desde el punto de vista simbólico, ya que es socialmente necesario y muy requerido por las personas que le dan un sentido emotivo a sus joyas.

3. Describir las prácticas y mecanismos sociales que permiten transformar el estado mercantil de una joya en un estado singular.

En relación a las prácticas sociales que permiten la singularización de las joyas cuando éstas son utilizadas, me parece apropiado acudir a un enfoque cultural de los objetos (en este caso las joyas), pues permiten mediar al joyero con el mundo social, específicamente los clientes. Dicho objetos pasan por estados comunes y particulares, para ello evocaremos las ideas de Arjun Appadurai e Igor Kopytoff, sobre el enfoque

cultural de las mercancías², las cuales se definen como tal por su valor económico, por lo tanto, las joyas estarían dentro de esta categoría y su a vez a éstas se les confiere un valor de uso. Hablo de una fase mercantil en la vida social de una cosa, pudiendo estas “*entrar o salir de un estado mercantil, y que tales movimientos pueden ser lentos o rápidos, reversibles, terminales, o normativos o desviados*” (Appadurai, 1986:29). Tales concepciones pueden caber en el análisis funcional de las joyas, ya que están constantemente atravesando por estados mercantiles y no mercantiles. Y estos estados pueden estar determinados por ciertos factores simbólicos, morales y políticos dentro de un contexto social e histórico determinado. En la relación joyeros, joyería y clientes se están continuamente redefiniendo estos procesos de singularización y mercantilización. Existe un marco de valores entre los joyeros y compradores usuarios de joyas, en general, los primeros tienden a la mercantilización de sus objetos confeccionados y los segundos tienden a restringir los objetos del mercado de acuerdo a sus gustos o prácticas culturales. Una prueba patente de ello es el acto del obsequio, donde la joya permanece en un estado particular y ajeno a la mercantilización.

4. Dar cuenta las continuidades y discontinuidades simbólicas y materiales que se establecen en la relación de joyeros, joyas y formas de distinción social.

Se ha intentado abordar las formas en que se construyen dichas continuidades o reproducciones simbólicas y materiales entre los joyeros y los potenciales usuarios de joyas. Las continuidades simbólicas devienen de consensos y, para Douglas e Isherwood, algunos consensos simbólicos deben ser ritualizados para mantenerse en el tiempo (Douglas e Isherwood, 1979). La confección de las argollas de matrimonio y su uso son parte de esta ritualización. Hay que considerar que estos consensos simbólicos se van construyendo a partir de imposiciones de sectores con mayores posibilidades de apropiarse de objetos lujosos, sin olvidar los contextos históricos y políticos que suelen determinar dichos acuerdos. Los joyeros en la producción de sus bienes deben ser

²Según Marx: “*la mercancía es, en primer lugar, un objeto exterior, una cosa que merced a sus propiedades satisface necesidades humanas del tipo que fueran*”(Marx, 1975:43)

correspondidos con los gustos existentes. “*La correspondencia entre la producción de bienes y la producción de los gustos*”, planteada por Bourdieu (Bourdieu, 1999:227) puede ser un buen alcance para dar cuenta de la construcción de estas continuidades simbólicas. Esta tiene que ver con la situación empírica entre el joyero y el cliente, por un lado, el consenso material que está reflejado en la confección de la pieza: los elementos de autenticidad de las joyas, el uso de catálogos, la elección del material, su forma, su peso, su precio, la posición de los brillantes, colores, brillo, entre otros; describiendo el sentido que se le da a los aspectos materiales que se eligieron y que es lo que representa finalmente la pieza elaborada o reparada. En esta misma línea, registro los desusos de las joyas catalogadas como obsoletas y los usos de las vigentes, describiendo los elementos que las atrapan en dichas categorías. La reparación de joyas también juega un papel relevante en esta idea de continuidad simbólica, en tanto objeto que contiene una biografía personal. Sobre estas continuidades y discontinuidades simbólicas y materiales, describo lo sucedido con la platería mapuche actual. La función social del joyero estará dada por esta relación inseparable joyero- joyas y cliente. Y dicha relación está fundada en representaciones simbólicas que reactualizan distintos aspectos culturales en la vida social.

III. MARCO METOLÓGICO.

La investigación, en términos metodológicos, es cualitativa porque se refiere, según Taylor y Bodgan, “*a la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas habladas o escritas y la conducta observable*” (Taylor y Bodgan,1987:7), es decir, se desarrollaran conceptos, intelecciones y comprensiones partiendo de pautas de datos y no recogiendo datos para evaluar modelos o hipótesis preconcebidos, estudiando personas en el contexto de su pasado y de las situaciones en las que se hallan (Taylor y Bogdan, 1987). La investigación tiene un carácter de exploratoria y descriptiva. Es exploratoria debido a que no se ha realizado una investigación relacionada a este tema, por lo tanto la literatura especializada es escasa (Sampieri, 2010). Es descriptiva porque nuestros datos registrados serán las propias palabras de las personas, habladas o escritas y las conductas observadas en su contexto. Este estudio no busca establecer generalidades teóricas dentro de las ciencias sociales, sino más bien tiene por objeto conocer, registrar, describir y analizar el relato de los joyeros de Santiago y de algunos actores relevantes con este oficio.

Este proyecto contempla una línea etnográfica. Según Aguirre Baztán, “*La etnografía es el estudio descriptivo de la cultura de la comunidad, o de alguno de sus aspectos fundamentales, bajo la perspectiva de comprensión global de la misma*” (Aguirre Baztán, 1995:3). El trabajo de campo fue realizado mediante la observación participante, donde registré las prácticas en torno al oficio dentro de un taller de joyería, también conocí las relaciones que se establecen entre joyeros, joyas y clientes.

En base a la observación participante que realicé dentro de un taller actual de Santiago, fue necesario registrar, de manera escrita y visual, las confecciones clásicas vigentes u obsoletas. Estas han sido analizadas antropológicamente. Por ejemplo, piezas clásicas y socialmente representativas para la sociedad occidental han sido las argollas de matrimonio y la “ilusión”, anillos que reforzaban un lazo social emotivo; la primera ha prevalecido como tradición, la segunda ha perdido terreno en cuanto a su uso.

Sin embargo, esta investigación no sólo tiene un corte etnográfico, pues además está circunscrita a un enfoque auto-etnográfico, definiéndolo como: *“una estrategia de investigación cualitativa que consiste en aprovechar y hacer valer las experiencias afectivas y cognitivas de quien quiere elaborar conocimiento sobre un aspecto basado justamente en su participación en el mundo de la vida en el cual está inscripto dicho aspecto... el investigador es un participante activo capaz de narrar la escena en la que trabaja, conoce y posee un distinguido acceso al campo de observación que comparte con otros sujetos”* (Scribano y De Sena 2009:5-6). En este sentido, gran parte del trabajo de campo proviene del taller de joyas, en el cual me encuentro familiarizado desde hace tres años como un operario más. Por lo tanto, mi relación con el objeto de estudio no es exclusivamente investigativa, sino que es funcional. Como los recursos son siempre limitados en la investigación, el investigador debe ajustarse a lo que esté a su alcance, en este sentido el carácter realista de esta tesis es retroalimentativo. Vale decir, la realidad de la joyería santiaguina que ha sido parte de mi labor y sustento diario, ahora pasa a transformarse en un espacio legítimo de estudio. Me parece que esta condición me permite una cierta ventaja para abordar dicha investigación, con un enfoque etnográfico y auto-etnográfico.

Respecto al trabajo de campo, es posible incorporar el periodo en que he sido parte de este oficio, por lo tanto he decidido terminar el trabajo de campo a mediados de marzo del año 2012. Principalmente, he utilizado la observación participante como una técnica permanente en esta investigación, según Rodríguez, Gil y García, se le puede considerar *“como un método interactivo de recogida de información que requiere una implicación del observador en los acontecimientos y fenómenos que está observando. La implicación supone participar en la vida social y compartir las actividades fundamentales que realizan las personas que forman parte de una comunidad o de una institución”* (Rodríguez, Gil y García, 1999:165), complementando a esto un sistema de observación descriptivo que consiste *“en sistemas de observación abiertos en los que la identificación del problema puede realizarse de un modo explícito aludiendo a conductas, acontecimientos o procesos concretos”* (Rodríguez, Gil y García, 1999:160). De acuerdo a los autores, una

investigación se comienza con registros poco claros a un enfoque más preciso, más conocida como la famosa estrategia del embudo. Se inicia por una observación descriptiva- no se tiene suficientemente claro el problema-, para proseguir con una observación focalizada (lo que se observa ahora empieza a responder cuestiones que son fruto de nuestra reflexión sobre los hechos ya observados) y culminar con un observación selectiva, donde sólo se pone atención a los elementos que permiten contrastar las hipótesis planteadas como explicación de los hechos observados. (Rodríguez, Gil y García, 1999)

Los datos obtenidos en la observación han sido registrados por medio de notas de campo, grabaciones en audio y registro fotográfico. En relación a las notas de campo, he registrado la dinámica dentro de un taller, solicitudes de pieza de joyería, palabras claves de dicha instancia, fotos de los procesos de confección de algunas piezas solicitadas, entre otros registros.

El universo de la muestra estará dado por los joyeros de Santiago que se encuentren actualmente ejerciendo el oficio. Para lograr una representación óptima de dicho universo, es necesario establecer algunos criterios para seleccionar la muestra. El primer gran criterio es que los joyeros aludidos deben gozar de una vasta experiencia, es decir con más de 20 años ejerciendo en el oficio. Por lo tanto, seleccionaremos a 9 joyeros con más de 20 años de oficio, aunque también se ha dado cabida a la experiencia de algún aprendiz de joyería para dar cuenta de las similitudes y diferencias de las técnicas de antaño y las actuales en la joyería fina. En general, los joyeros seleccionados son los vendedores directos de sus piezas, siendo esto fundamental para definir mejor su función con los interesados en las joyas. También se incluyeron joyeros apatronados por otros joyeros (dueños de talleres) o comerciantes.

Es necesario considerar dentro de esta muestra a los consumidores de joyas, me refiero a los clientes que tratan directamente con los joyeros en la elaboración de sus piezas suntuarias, pues estos darán a conocer los significados y el sentido de este tipo de consumo. Además, hay que incluir el testimonio de comerciantes u otras especialidades relacionados

al rubro, ya que estos también han sido actores relevantes en lo que implica la demanda de productos de los joyeros de Santiago.

La selección de esta muestra está distribuida en las comunas de Santiago Centro y Providencia, estas comunas son representativas ya que reúnen un gran número de joyeros. Sin el espíritu de discriminar otras comunas como Las Condes y Vitacura que han acaparado un buen número de joyeros, me parece importante señalar que la variable comuna no es factor de diferencia entre joyeros, es decir el joyero que trabaja en el centro de Santiago, Providencia o en Las Condes tiene las mismas habilidades, y sus productos son siempre similares. Quizás pueden existir clientelas que presenten mayor capacidad económica en comunas mejor acomodadas, sin embargo, esto es relativo, pues hay que pensar que el cliente puede acercarse a joyeros que se encuentren en otras comunas por un tema de confianza, igualmente hay que concebir a los joyeros como sujetos que pueden haber recorrido distintas comunas en su vida laboral.

A partir de estos criterios de selección, fue posible obtener una mayor riqueza antropológica para nuestra investigación, puesto que logré describir diversos contextos socioculturales que giran en torno a este oficio, donde elementos simbólicos van redefiniendo la joyería en conjunto con la sociedad santiaguina y, aunque suene hegemónica, en gran parte, a la misma sociedad chilena.

Hay que aclarar que cuando me refiero a un joyero tradicional hago alusión a una persona dedicada tiempo completo en el oficio (por más de 20 años), cuyo trabajo se realiza de manera semi-manual, además su labor se caracteriza por la fabricación de objetos en oro, oro blanco, platino, plata, piedras preciosas y semipreciosas. Estoy consciente sobre la existencia de una pseudo-joyería contemporánea o artística, que se define por la gran variedad de materiales que utilizan en una pieza (aceros, acrílicos, fieltros, entre otros). Sin embargo, no es de nuestro interés recabar en este tipo de trabajo emergente, ya que no representa a cabalidad lo que implica el oficio del joyero propiamente tal.

Siempre es importante contar con fuentes escritas en función a la temática, por ende, el material bibliográfico que utilicé fue extraído de la revista de la Asociación Gremial

Chilena de Joyeros y Relojeros. Esta revista es el único material que hace referencia a la labor de este oficio a partir de la década de los 70' hasta el año 2006 que es la última edición que logré encontrar. Por medio de este material fue posible complementar el trabajo de terreno, donde las experiencias de los joyeros también han tenido un rol significativo para la investigación. Esta documentación escrita puede estar definida como parte del patrimonio documental y según Sebastián Trias, esta documentación cumple un doble objetivo, transmitir mensaje y compilar información. Para el autor, la masa documental nos permite *“conocer los intereses y valores de una comunidad del pasado e, incluso, descubrir los procesos socioculturales recurrentes y, analizando la variación de estos a lo largo de un periodo más o menos largo, comprender la dirección del cambio cultural”* (Trias Mercant, 1995:162).

En cuanto a las fuentes orales, fueron registradas a partir de la entrevista en profundidad, puesto que es una técnica cualitativa por excelencia. Según Gainza esta técnica nos permite *“abordar la dimensión simbólica de la realidad social, atendiendo al análisis de significados, además posibilita el estudio de casos típicos o extremos en que los individuos encarnan el modelo ideal de una determinada actitud derivando así un análisis profundo de la personalidad o actitudes de los sujetos”* (Gainza, 2006:240). Desde un enfoque etnográfico y participativo el componente emic³ estará fuertemente ligado a nuestra investigación.

Otra de las fuentes que me parecen interesantes son las que he podido concretar (como practicante de este oficio) vía internet en el portal de MercadoLibre.cl, pues son este tipo de canales los que me han aportado información en cuanto a definir elementos particulares cuando se solicita un objeto de joyería. Este medio me permitió registrar una diversidad de pedidos y gustos que dan cuenta, por ejemplo, de las distintas maneras en que las personas buscan identificarse o reforzar lazos sociales con joyas personalizadas.

³ Según Aguirre Baztán: *“la manifestación fundamental emic de una cultura se da en los procesos de enculturación. Es allí, donde, <<desde dentro>>, se transmiten a los nuevos miembros los códigos que definen su cultura”* (Aguirre Baztán, 1995: 90)

En esta investigación construiremos un relato a partir de los testimonios y prácticas dentro de un taller, que dan cuenta del rol cultural que han tenido los joyeros de Santiago, siendo sus productos y clientes indispensables para darle vida a su labor. Por otro lado, es interesante comprender un oficio que tiene una larga data en la historia de la humanidad, desde su etapa más rustica, en los pueblos originarios, cada pieza confeccionada cumplía una función sociopolítica importante. Desde una mirada sociocultural la joyería actual, inserta en un sistema capitalista tiene sus códigos propios, distintos a los representados en las culturas originarias. Por ejemplo, para consagrar el matrimonio en el mundo occidental los símbolos de unión por excelencia son las argollas de alianza matrimonial, vale decir, que el joyero no sólo participa en la parte ornamental de la sociedad occidental sino también sus piezas cobran un valor social importante sobre todo en la práctica matrimonial. La descripción cultural, que se realiza en torno a este oficio, ha intentado profundizar más allá de los valores estéticos, ya que hay una reproducción de los valores sociales y culturales por medio de las joyas.

Metodología por objetivo.

En este punto se presentan los objetivos específicos de la investigación, cada uno con su metodología de trabajo. El primer objetivo particular es:

- Describir, a partir de la documentación histórica y antropológica, sobre la función social que tenían los joyeros y los bienes suntuarios producidos en el mundo prehispánico y en el mundo medieval.

Para desarrollar este objetivo, se realizó una revisión e investigación de documentos antropológicos e históricos, que han permitido arrojar antecedentes importantes sobre el rol de los joyeros y joyas en contextos históricos precolombinos y medievales. Autores como Marcel Mauss, John Cherry, Lechtman, entre otros, son abordados en este objetivo.

Esta etapa de la investigación fue desarrollada desde el 1 de noviembre del año 2011 hasta el 20 de febrero del año 2012.

- Dar cuenta de la cultura material y el conocimiento práctico que los joyeros han utilizado para mantener la continuidad y vigencia de la joyería en Santiago.

Este segundo objetivo de la investigación tiene un carácter etnográfico que apunta directamente a los joyeros de Santiago, el espacio material en el que se encuentra inserto para desarrollar su función en este oficio y el conocimiento de este. Como primera actividad en esta parte fue describir física y funcionalmente un taller de Santiago. Dichos datos descriptivos fueron levantados por medio de la observación participante y registro fotográfico. Del mismo modo, han quedado registradas algunas técnicas en el proceso de fabricación de los joyeros. Esta actividad fue ejecutada a partir del 1 de diciembre del año 2011 hasta el de 20 de Marzo del año 2012.

En relación a los joyeros de Santiago propiamente tal, he aplicado entrevistas semi-estructuradas a 9 joyeros de Santiago que cuenten con más de 20 años de experiencia en el oficio y un aprendiz de joyería. Para aplicar las entrevistas se diseñó un instrumento (set de preguntas) que está orientado a los objetivos de esta investigación.

Esta actividad fue registrada mediante grabadora y fue realizada a partir del 15 de diciembre del 2011 hasta el 30 de Marzo del año siguiente. A partir de esta actividad, logré recabar información para responder a nuestro segundo objetivo en relación a los aspectos materiales y simbólicos que han mantenido vigente el oficio de los joyeros en Santiago. De igual forma, pude levantar información en función al cuarto objetivo sobre la relación que se establece con los clientes, por ejemplo, los acuerdos para confeccionar una pieza o los cambios de interés en la demanda de ciertos metales con respecto a otros.

Tercer objetivo específico:

- Describir las prácticas y mecanismos sociales que transforma el estado mercantil de una joya en singular.

Sobre este objetivo apliqué la técnica de entrevistas semi-estructuradas a 6 clientes directos de los joyeros, también diseñé un instrumento (set de preguntas) para orientar la entrevista. En relación a los clientes, se encontraron dos tipos: los clientes interesados en el uso de la joya que solicitan; y clientes dedicados a comercializar la joya (intermediarios entre el joyero y el que finalmente usa la joya). Ambos entregaron datos interesantes sobre el consumo de estos bienes. Dicha actividad también se realizó entre el 15 de diciembre del año 2011 hasta 30 de Marzo del año 2012. Dentro de este periodo estuvo contemplada la transcripción de las entrevistas de ambos grupos (joyeros y clientes)

Cuarto objetivo específico:

- Dar cuenta las continuidades y discontinuidades simbólicas y materiales que se establecen en la relación de joyeros y joyas con las distintas formas de distinción social.

Para desarrollar este punto retomé los datos obtenidos de las entrevistas que se aplicaron en los dos objetivos anteriores. La observación participante también fue vital para el desarrollo de esta fase, donde fue posible visualizar el rol que tiene el catálogo para definir el pedido. Otro registro que me interesó complementar a las entrevistas, tiene que ver con las solicitudes de joyas que recibo de mercadolibre.cl, pues acá he contrastado, en cierta forma, los detalles que se acuerdan para la confección de una pieza, cuestión que permitió dar cuenta de elementos de identificación personal del cliente. Esta actividad se realizó entre el 1 de octubre del año 2011 hasta el 1 de febrero del año 2012.

Una vez obtenidos los datos de terreno se realizaron los análisis respectivos en función a los conceptos teóricos planteados en el marco teórico, donde se contrastó los registros obtenidos del trabajo de campo con los objetivos expuestos. Esta actividad se ejecutó entre los periodos del 30 de marzo al 30 de mayo del año 2012.

Por último, redacté las conclusiones, efectuando la entrega de la tesis en Mayo de año 2013.

IV. MARCO TEÓRICO.

El joyero y sus joyas han estado destinados a la construcción de sistemas de distinción simbólica en la vida social de las personas, esta ha sido una búsqueda incesante y de larga data, tanto en sociedades tradicionales como modernas. El joyero como la joyería nos entrega registros de una historia en cada sociedad, en cuanto a su cultura, costumbres, creencias, clases sociales, conocimiento tecnológico y su definición de lo estéticamente bello. En este sentido, el oficio del joyero logra constituir un valioso instrumento para reconstruir distintos aspectos culturales de una sociedad.

Comenzaré la discusión teórica articulando conceptos que hagan alusión a las técnicas corporales, desde el punto de vista corporal como fabricantes de joyas o portadores de estas. Para comprender a cabalidad la función social de joyero debe existir un análisis a sus productos. Sobre esto, Malinowski y Godelier nos entregan algunas luces sobre los objetos y su transformación a objetos preciosos, junto con lo que ello implica. Kopytoff y Appadurai se suman a la discusión, ya que los autores analizan de manera biográfica los objetos, que para este caso serían las joyas, cuyo destino es ser singularizadas. Los objetos como las joyas también forman parte de un sistema de clasificación o distintivo y las personas reclaman su uso, definido por Douglas y Bourdieu. Nuevamente la antropología ha sido capaz de proporcionar las herramientas teóricas para analizar la cultura material y simbólica de un determinado grupo. El oficio del joyero es un oficio simbólico, que debe analizarse a partir de los joyeros y sus joyas, y como estos se relacionan con lo social.

Sobre las técnicas corporales.

En relación a las técnicas y prácticas corporales tanto de los joyeros como de los clientes portadores de joya, me parece pertinente abordar lo señalado por Mauss, sobre las técnicas corporales, cuestión que el autor describe como *“la forma en que los hombres, sociedad por sociedad, hacen uso de su cuerpo en forma tradicional”* (Mauss, 1991:337). Esto es posible observarlo en el oficio del joyero, ya que en este se transmite una forma tradicional

de trabajo de maestro a aprendiz. Igualmente, en los clientes de joyas como personas que transmiten el uso de estas, motivados por costumbres familiares o por los círculos sociales más cercanos. Según Mauss, hablar de técnicas es hablar de *“labor práctica colectiva e individual, allí donde normalmente se habla del alma y de sus facultades de repetición.. el arte de utilizar el cuerpo humano, dominan los hechos de la educación. La noción de educación podía superponerse a la idea de imitación...el niño imita al adulto los actos que han resultado certeros y que ha visto realizar con éxito por las personas en quien tiene confianza y que tiene una autoridad sobre el (..) es precisamente esa idea de prestigio de la persona la que hace el acto ordenado, autorizado y probado en relación a la persona imitadora, donde se encuentra el elemento social”*(Mauss, 1991: 340). Es así como los aprendices de la joyería se deben a sus maestros y las personas que portan joyas se deben a su círculo social para exhibirlas.

En el caso de los joyeros, la técnica es la práctica del conocimiento aprendido, que permite la ejecución de su trabajo en un tiempo determinado que se condiga con su valor de la mano de obra. Por ello que la técnica, sostiene Mauss, *es un acto eficaz tradicional, no hay técnica, ni transmisión mientras no haya tradición* (Mauss, 1991:342). La transmisión de las técnicas y la transmisión oral son dos actos que permiten al hombre diferenciarse de los animales. El joyero utiliza su cuerpo como instrumento técnico, su visión, sus manos, su oído, complementado con la oralidad que se maneja dentro de un taller permiten la continuidad de este oficio, continuidad que se debe a los conocimientos tradicionales de maestros de mayor antigüedad, son ellos los que dan la pauta para que otros inicien su aprendizaje. Para Fernando Martín Juez, esto puede ser entendido como un patrimonio-acervo, o sea *“un conocimiento que compila y clasifica, colecciona y distingue a efectos de conocer una mejor manera de hacer las cosas para aprenderlas... en el que las cosas (quienquiera que las creara o descubriera, o dondequiera que se encuentren) se reconocen como herencia de lo humano”* (Martín Juez, 2004:8). El joyero y su oficio constituyen no sólo un conocimiento tradicional, sino que a su vez configuran un patrimonio-acervo, que se transmite y se mantiene en el tiempo dentro de Santiago. Más adelante profundizaremos en cómo las joyas pueden constituir un patrimonio para las personas o grupos sociales.

Es posible que el conocimiento técnico pueda estandarizarse en el tiempo cuando se trata de mercancías o productos primarios (por ejemplo una fábrica de harina), no obstante cuando se trata de mercancías secundarias o de lujo, factores como el gusto, el juicio o la experiencia individual suelen provocar evidentes variaciones en el conocimiento técnico productivo (Appadurai, 1991). En el oficio del joyero el conocimiento estará determinado por elementos técnicos, simbólicos y valorativos, los cuales están sujetos a una dialéctica mutua.

Metales y joyas como objetos preciosos.

Metales como el oro y la plata han sido fuente de codicia a lo largo de la historia de la sociedad. Muchas atrocidades se cometieron por conseguir estos metales, siendo Latinoamérica unos de los escenarios insignes de las crueldades provocadas por ciertos grupos para obtener el preciado oro. No pretendo ahondar sobre este tema, puesto que se escaparía a los objetivos de esta tesis. Lo central es que metales como el oro y la plata, además de ser uno de los móviles dentro del proceso expansivo del capitalismo o de ser el respaldo económico de algún Estado, también han tenido implicancias simbólicas y culturales. Dichos metales, históricamente, han tenido un rol más íntimo y particular para las sociedades, grupos o individuos, reforzando así el carácter de precioso sobre estos metales, debido al conocimiento técnico aplicado por los joyeros. Estos se han dedicado a labrar metales preciosos, para ser convertidos en joyas u otros objetos suntuarios.

Aunque parezca obvio, puede decirse que, el joyero es un productor de joyas, éstas pueden definirse como *“adorno personal hecho de un metal valioso, como oro o plata. Con perlas o piedras preciosas”* (Real Academia Española, 2007:408). Para Carles Codina las joyas son *“un fragmento, una pequeña crónica de la gran historia de la humanidad”* (Codina, 2008:8).

Los metales preciosos que utilizan comúnmente los joyeros para confeccionar sus joyas son: el oro, el platino, el oro blanco y la plata. Las joyas pueden ser consideradas como objetos *“inútiles o inutilizables en las actividades cotidianas de subsistencia y de*

existencia” (Godelier, 1998: 229). Una de las características de los objetos preciosos, según Godelier, es su abstracción, esta es considerada una de las condiciones previas para que dichos objetos puedan incorporar relaciones sociales y sistemas de pensamientos, y luego representarlos frente a los actores sociales bajo una forma material abstracta y simbólica.

Otra característica de los objetos es su belleza. Esta se define en el universo cultural y simbólico de las sociedades que hacen uso de ellos; según Godelier, la belleza puede responder a dos funciones:

“puede poner de relieve, embellecer y glorificar a las personas; llevado o donado con ostentación, expone las cualidades y el estatus de la persona que lo lleva o lo dona. Pero, por otro, la belleza de un objeto es también una fuente de emociones que crean una especie de intimidación entre el objeto y la persona que lo posee, contribuyendo así al sentimiento de identificación que puede existir entre el individuo y la cosa que expone, ante los ojos de los demás” (Godelier, 1998: 233).

Para Godelier, la belleza o rareza de un objeto está directamente relacionada, en la forma en que se trabaja en el objeto. Para el caso del oro, este debe ser trabajado, limado, soldado, lijado y pulido, y se obtiene un objeto intercambiable como la joya. Por lo tanto, estos objetos de intercambio, no son bellos y raros únicamente por una cuestión natural, sino que son producto de un trabajo específico o consecuencia de una celebridad de su propietario y sobre esto último se hallan los obsequios o hitos simbólicos, que se pueden hacer a través de las joyas. Sobre esto, Godelier acota lo siguiente:

“La belleza o rareza de una concha no dependen únicamente de los azares de la naturaleza: para que se convierta en un objeto intercambiable, una concha debe trabajarse- pulirse, perforarse, engarzarse, decorarse” (Godelier, 1998: 233).

Parte de esta transformación de un estado de belleza natural a otro de belleza elaborada (cultural) es ejecutada por los joyeros sobre los metales nobles y las piedras preciosas utilizadas. Los joyeros son unos de los responsables directos en la transformación de

elementos naturales en objetos preciosos y suntuarios. Debido a esto, su oficio es catalogado como un trabajo suntuario.

Otra de las cualidades que presentan los objetos preciosos, es su manera de ser únicas. En esto Godelier indica, que el valor de este tipo de objetos está en directa relación con el tiempo y la importancia de las personas que lo han poseído durante un cierto tiempo. Entonces la belleza de dichos objetos pasa a un segundo plano, siendo lo relevante, ahora su antigüedad, quedando en un ámbito similar a los objetos sagrados. (Godelier, 1998). De alguna manera, esto encaja en como las joyas pasan a formar parte de un patrimonio familiar, mientras más generaciones pasan, mayor valor adquiere el objeto, pues su belleza radica en su vejez y en el nexo que se establecen con las pasadas generaciones. Esta forma de clasificar y valorar ciertos objetos tiene su origen desde el comienzo del hombre. Martin Juez lo interpreta como la *“capacidad para adaptarse a ecosistemas diversos y adaptarlos en su provecho, aunando a cualidades singulares de su especie, le permitió avanzar a través de la superficie del planeta clasificando, al compilarlos, toda clase e ideas y objetos que le parecieron útiles o interesantes. Por su curiosidad de mamífero aprendió a coleccionar y atesorar la memoria en objetos, actividades y metáforas más allá de su cuerpo”* (Martin Juez, 2004: 4).

Heredar una joya es, en parte, una forma de continuar con un saber, reforzar una identidad familiar y poseer un bien o un capital. Este tipo de joyas puede ser considerado un patrimonio a nivel parental, entiéndase patrimonio como *“una metáfora entrañable: una idea trasladada a un objeto, a una práctica, a un vínculo, a un modo de hacer, que decidimos convertir en medio depositario de creencias estimadas”* (Martin Juez, 2004:3). Los vaygu'a⁴, analizados por Malinowski en su estudio sobre el kula, pueden ser vistos como parte de un patrimonio de los distintos grupos tribales en las Trobriand, son objetos con historia que identifican a los que portan estos objetos.

⁴ Principales objetos de cambio y donaciones, especie de moneda. Existen dos tipos: los mwali brazaletes tallados y pulidos en concha que llevan en las grandes ocasiones los propietarios o sus parientes, y los soulava, collares realizados por hábiles torneros de sinaketa, con el nácar de los espóndilos rojos. (Mauss, 1991)

A su vez, Godelier, parafraseando a Annette Weiner, se refiere dentro de esta variedad de objetos preciosos, a la existencia de cosas que pueden donarse o cosas que deben ser guardadas. Sobre esto dice lo siguiente:

“Esas cosas que se conservan (objetos preciosos, talismanes, saberes, ritos, etc) afirman con rotundidad una serie de identidades y una continuidad en el tiempo. Más aún, afirman la existencia de diferencias de identidad entre individuos, entre los grupos que componen una sociedad o que quieren situarse unos en relación a otros en el seno de un conjunto de sociedades vecinas conectadas entre sí por diversos tipos de intercambios..... Pero esas diferencias de identidad no son neutras, sino que constituyen una jerarquía y en ese procesos de producción y reproducción entre individuos, entre grupos e incluso entre sociedades, en donde ambas estrategias el donar y el guardar, desempeñan roles distintos pero complementarios” (Godelier, 1998: 54-55).

Es evidente que para el caso actual, muchos clientes guardan sus joyas con las cuales se identifican y crean un afecto especial, debido a que estos bienes han sido producto de un obsequio y cargan una historia socio -familiar.

Por lo general, las joyas tienden a la desmercantilización, situación que está muy marcada en las sociedades modernas. Las joyas representan algo singular para las personas, sobre todo cuando estos objetos son heredados, generando una carga emotiva importante en la joya.

“Existe un anhelo de singularización en las sociedades complejas...se satisface individualmente mediante la singularización privada, con base en principios tan mundanos como el que rige por igual el destino de las joyas heredadas y de las pantuflas viejas: la longevidad de la relación hace que estos objetos se integren en cierto sentido a la persona y desprenderse de ellos se vuelva un acto inconcebible” (Appadurai, 1991:108).

Para ejemplificar mejor este punto, volveré con Malinowski y su investigación en relación a los objetos *vaygu'a*, ya que estos también caben en la categoría de objetos preciosos dentro

de la cultura Trobriand. Los vaygu'a son los objetos preciosos del kula y se caracterizan por ser excesivamente grandes para usarlos, lo que habla de su uso ceremonial.

“Respecto a los objetos artesanales y de forma especial los objetos del tipo vaygu'a no es la rareza en proporción a la utilidad lo que crea valor, sino la rareza en relación al talento que el hombre pone al servicio de los materiales. En otras palabras, no se valoran que siendo prácticas, o incluso indispensables, son difíciles de obtener, sino que se valoran los artículos en los cuales los artesanos, habiendo encontrado especialmente o de gran calidad, ha gastado una cantidad desproporcionada de trabajo” (Malinowski, 1995:179).

Estos objetos se pueden encontrar en forma de brazalete de concha (*mwali*) y collares (*soulava*). Los primeros se obtienen cortando la parte superior y fina de una gran concha cónica y puliendo el anillo restante. En cuanto a los *soulava* están compuestos por pequeños discos de concha de espondilo de diversos colores –desde el marrón al rojo carmín-, los cuales pueden usarse como pendientes en la oreja o como collares.

Sin embargo, estos objetos circulan de una forma distinta en comparación a lo que ocurre en la sociedad moderna. Tanto brazaletes como collares no tienen un uso cotidiano, sino ceremonial y festivo. Gran parte de la posesión de estos objetos, sobre todo los brazaletes, no están orientados al uso diario. De igual forma los collares, cuyas dimensiones son tan exuberantes y valiosas, que únicamente están destinados para usos festivos. Además, no existe una posesión permanente sobre estos objetos, nadie puede adjudicarse como propietario, puesto que dichos objetos se encuentran en una situación de préstamo constante.

Malinowski (1995) plantea que estos objetos valiosos, a pesar de su rol ornamental, no tienen por verdadero objetivo embellecer a las personas, pues al igual que las joyas de la corona escocesa, lo relevante es que existe una historia y evocan sucesos emotivos para las culturas Trobriandesas.

“También se aprecian las alhajas de familia como los vaygu'a, por el halo histórico que los rodea. Sin embargo por feo, inútil y de poco valor que sea un objeto –según los

criterios al uso- , si ha figurado en escenas históricas y ha pasado por las manos de personas célebres, y si es además el testimonio invariable que evoca importantes sucesos emotivos, no es de extrañar que nos resulte precioso.....Todo artículo kula realmente bueno tiene su nombre propio, cada uno tiene su especie de historia o de leyenda en las tradiciones indígenas. Las Joyas de la Corona o las alhajas de familia son una insignia de rango y un símbolo de riqueza, respectivamente, y en otro tiempo entre nosotros y todavía hasta hace muy pocos años en Nueva Guinea rango y riqueza iban a la par. La diferencia principal consiste en que los bienes kula se poseen sólo temporalmente, mientras que en Europa, para que un tesoro tenga todo su valor, debe poseerse sin ninguna limitación” (Malinowski, 1995:101-102).

Es posible establecer algunas semejanzas sobre las apreciaciones realizadas por Godelier sobre los objetos preciosos del kula, puesto que tienen diferencias notables con las joyas fabricadas por los joyeros en donde no existe una propiedad sobre el objeto, pero si es posible encontrar semejanzas en el factor emotivo que puede tener un objeto y en la carga histórica que estos pueden representar tanto para un nativo Trobriand como para una familia moderna. En el caso de esta última, una joya familiar la cual circula de manera generacional, sin importar su utilidad, su deslucida forma o su valor en el mercado. Se trata igualmente, de un objeto valioso para este grupo familiar.

El intercambio de los dos tipos de *vaygu'a* está restringido a la posición social de la persona. Si se trata de personas bien posicionadas en la escala jerárquica como jefes de una aldea, pueden tener una red más amplia de intercambio a diferencia de los plebeyos de las Trobriand. Estos últimos, contaban un número limitado de asociados al intercambio. Por consiguiente, la posición jerárquica es una variable significativa en cuanto a la mayor posesión temporal de objetos preciosos.

A su vez, es importante señalar el rol que cumplen los *vaygu'a* como obsequios dentro del kula.

“La asociación kula constituye uno de los lazos peculiares que une a dos individuos en una relación permanente de intercambio mutuo de regalos y servicios” (Malinowski, 1995:104).

Los regalos de *vaygu’a* deben corresponder a objetos de igual valor. Sobre esto Malinowski señala:

“Ofrecer un brazalete tan bueno como el collar que ha recibido, o viceversa. Es más, un artículo muy bueno debe reemplazarse por otro de valor equivalente y no por varios menos valiosos, aunque pueden hacerse regalos subsidiarios para cubrir un compás de espera hasta la auténtica compensación” (Malinowski, 1995:108).

De este modo, los *vaygu’a* del kula al igual que las joyas modernas son objetos preciosos, la diferencia es que los primeros son incesantemente circulantes y siempre intercambiables. Deben su valor a esta misma circulación por lo que no son propiedad de nadie. En cambio, las joyas modernas tienen un propietario permanente y de la única forma que este objeto pueda circular es comercializándolo o heredándolo al grupo familiar.

Los *vaygu’a* tienen un valor imponderable para los indígenas, por lo mismo se trata con veneración y afecto. Pasan por un tratamiento ritual, despertando reacciones emotivas dentro los grupos Trobriand. Es un hecho, además, que los *vaygu’a* están circulando en un intercambio de obsequios que se realizan entre hombres.

Al igual que los *vaygu’a*, las joyas modernas están fuertemente ligadas al ámbito de lo afectivo e histórico experimentado por la persona o grupo familiar.

Por último, y sin tener intenciones de entrar en un debate teórico sobre la antropología del género, es posible sostener que las joyas modernas están orientadas principalmente para la mujer. Los hombres se han orientado más al uso de cadenas y piochas (pulsera), participando más activamente en el obsequio de joyas para el género femenino.

Las joyas modernas han ocupado un espacio en el uso cotidiano de las personas, aunque las más valiosas se han destinado para celebraciones importantes y exclusivas. Si son joyas de

oro con brillantes, por lo general, significa que sus propietarios tienen sus gustos y estilo de vida acorde a una capacidad económica importante. Los propietarios de estos objetos preciosos pueden entender el significado de sus joyas cuando éstas son heredadas como patrimonio familiar, adquiriendo un significado histórico y afectivo para las futuras generaciones. Por ende, a dicha joya se le atribuye un precio invaluable.

Joyereros y su relación con las joyas.

En esta tesis intento abordar la problemática por medio de un enfoque biográfico de las cosas, así como lo han tratado Appadurai y Kopytoff en sus investigaciones, pues no sólo traté de analizar las cosas, sino también quienes participan en la producción de estas cosas, que para nuestro caso estarán enmarcados en la relación joyeros y joyas, y el sistema social en que estos atienden.

“Lo que se destaca en las biografías tanto de los miembros como de las cosas de las sociedades es, ante todo, el sistema social y las interpelaciones colectivas en que descansan” (Kopytoff, 1991:119).

En primer lugar, hay que definir las joyas como objetos manufacturados que tienen un determinado valor económico en el mercado. Las joyas son el mero resultado de la producción del joyero, por lo tanto, su carácter de mercancía es inevitable. Para Marx *“la mercancía es, en primer lugar, un objeto exterior, un cosa que merced de sus propiedades satisfacen necesidades humanas del tipo que fueran”* (Marx, 1975:43). Las mercancías poseen dos características tienen un valor de cambio y un valor de uso. Con respecto al primero, Appadurai- siguiendo los lineamientos de Marx- sostiene que las mercancías se vuelven intrincadamente ligadas al dinero a un mercado impersonal y al valor de cambio. El dinero será la medida de cambio, vale decir, cuando hablo de mercancía me refiero a *“objetos de valor económico”* (Appadurai, 1986:17). Otra propiedad de las mercancías es su valor de uso. Marx sostiene que *“para transformarse en mercancía, el producto ha de transferirse a través del intercambio a quien se sirve del como valor de uso”* (Marx 1975:50).

Para Appadurai, lo central es que es el intercambio el que crea valor a la mercancía, sin embargo, este valor no es, en sí, sino que hay una serie de elementos subjetivos que los sujetos asignan dentro de este intercambio, el cual está mediado por el contexto social y político de las personas. Las cosas o bien las mercancías están lejos de ser algo inerte o estático, ya que su dinámica es vehiculizada por su entorno histórico, social, o por ciertos grupos sociales. Lo que para el joyero puede ser una mercancía (joya), para otro puede representar un futuro patrimonio familiar. Así son las mercancías, resbaladizas dentro de un contexto de intercambiabilidad; *“el aspecto significativo reside en que la mercancía no es un tipo de cosa en vez de otra, sino que una fase en la vida de algunas cosas”* (Appadurai, 1991: 33).

Cabe destacar, que el autor delimita el proceso mercantil en tres momentos: *“a) la fase mercantil de la vida social de cualquier cosa; b) la candidatura mercantil de cualquier cosa, y c) el contexto mercantil donde puede colocarse cualquier cosa”* (Appadurai, 1991:29).

Con respecto a la primera etapa, llamada fase mercantil, el autor se refiere a cosas que pueden entrar o salir de estado mercantil. Sobre la candidatura mercantil de las cosas, tiene que ver con ciertos criterios simbólicos que moldean la intercambiabilidad de las cosas en un contexto histórico determinado (esto será contrastado con el caso de intercambio de las argollas de cobre en la dictadura, capítulo VI). Por último, está el contexto mercantil, el cual permite ligar la candidatura mercantil con la fase mercantil, facilitando el intercambio.

Dentro de las mercancías es posible hablar de cuatro claras distinciones: *“la mercancía por destino, es decir objetos dirigidos por sus productores principalmente al intercambio; b) mercancías por metamorfosis, cosas destinadas a otros usos que son colocadas en el estado mercantil; c) un caso especial en las mercancías por metamorfosis son las mercancías por desviación, objetos colocados en el estado mercantil, aunque original y específicamente protegidos contra él, d) ex mercancías, cosas retiradas, ya sea temporal o*

permanentemente, del estado mercantil y situadas en algún otro estado.” (Appadurai, 1991:52). Para esta investigación las joyas tendrán un carácter de mercancías por destino, las cuales, por lo general, terminan convirtiéndose en ex mercancías por sus dueños, aunque también pueden quedar sometidas a desviaciones.

Los joyeros, a lo largo de la historia, han visto condicionada su producción de acuerdo a los contextos culturales que demandan dichos productos, estos a su vez refuerzan y legitiman simbólicamente dichos contextos. El consumo de joyas puede quedar perfectamente reducido a un fetichismo cultural, no obstante, atendiendo lo señalado por Sahlins, *“las culturas son ordenes significativos de personas y cosas. Como esos órdenes son sistemáticos, no pueden ser sólo libres invenciones de la mente. Pero la antropología debe consistir en el descubrimiento del sistema; en efecto, según espero demostrarlo, ya no es posible contentarse con la idea de que la costumbre es meramente utilidad fetichizada”* (Sahlins, 1988:11).

Volviendo con Appadurai, las joyas a diferencia de otras mercancías más utilitarias, deben ser entendidas como mercancías secundarias, que pueden formar parte de los bienes de lujo. Sobre este tipo de bienes, Appadurai describe: *“bienes cuya utilización principal es retórica y social, bienes que son simplemente signos encarnados. La necesidad que ellos responden es fundamentalmente política”* (Appadurai, 1991:56). El autor sostiene que este tipo de bienes pueden ser concebidos como un registro especial de consumo, los cuales pueden tener los siguientes atributos: *“a) restricción ya sea por precio o por ley, a las élites; b) complejidad de adquisición, la cual puede estar o no en función de la escasez real; c) virtuosismo semiótico, es decir la capacidad de transmitir mensajes sociales muy complejos (como lo hace la pimienta en la cocina, la seda en la vestimenta, las joyas en la ornamentación y las reliquias en el culto); d) el conocimiento especializado en tanto prerrequisito de su “consumo” adecuado, es decir, la regulación por medio de la moda, y e) un alto grado de vinculación de su consumo con el cuerpo, la persona y a personalidad.”* (Appadurai, 1991:57). Los joyeros al ser los productores directos de este

tipo de mercancías secundarias o bienes de lujos, quedan adscritos dentro de un oficio suntuario.

Las joyas pueden tener todos o algunos de estos atributos, en mayor o menor medida; las joyas de oro y platino con incrustaciones de brillantes pueden estar más apegadas a estos atributos. A diferencia de las joyas de plata, las cuales no necesariamente pueden estar restringidas a grupos de élite. Los joyeros son productores de este tipo de bienes lujosos y otros no tan lujosos, es decir, el joyero se encarga de proporcionar los objetos que pretenden instaurar y reactualizar distintos aspectos simbólicos en la vida social de las personas que consumen este tipo de bienes. El oficio del joyero más allá de ser un tipo de producción especial, es “*un momento funcional en la estructura cultural*” (Sahlins, 1988: 170).

Sahlins retoma la idea de Marx, donde la producción puede estar subyugada por la forma de la mercancía o a los valores de cambio, esto no es otra cosa que la producción de valores de uso, “*Los hombres producen objetos para sujetos sociales determinados, en el curso de la reproducción de los sujetos mediante objetos sociales. (..) Sin consumo el objeto no se completa como producto (..) La producción en consecuencia es algo más que una lógica práctica de la eficacia material, y algo distinto de ella. Es una intención cultural. El proceso natural de la existencia física es organizado como un proceso significativo de ser social, que representa para los hombres, puesto que siempre están definidos culturalmente en determinadas formas, su único modo de existencia*” (Sahlins, 1988: 168-169). Cuando el joyero fabrica una joya auténtica, hay una intención simbólica-cultural, que es parte de un contexto moderno.

Las joyas contarán con ciertos atributos que permiten catalogarla como una joya legítima o auténtica, concepto utilizado por Spooner (1991), en su estudio sobre los tejedores y las alfombras orientales. En este artículo se discute la función que tiene la autenticidad de las alfombras en esta relación comercial entre oriente y occidente. Spooner (1991), vincula la autenticidad de las alfombras como un trabajo manual de un grupo determinado, donde se

busca la apropiación de lo culturalmente distinto. En las joyas también recaen sus propios criterios de autenticidad, dentro de los cuales estará la ley del metal, la calidad de la joya y la forma en que fue fabricada.

El oficio del joyero representa un tipo de producción simbólica, como lo puede ser el arte desde la perspectiva de Canclini en su publicación titulada “La producción simbólica”. Dicho de otro modo, la producción simbólica- y en esto cabe el que hacer del joyero- es un potencial mensaje que posteriormente circula dentro de lo social y adquiere un significado que se va consagrando (Canclini, 2001).

Continuando con los aspectos teóricos de esta investigación, concuerdo con lo señalado por Kopytoff, cuando dice que los objetos producidos son intercambiados por otras cosas y por dinero. Así pasarán a definirse como mercancías, las cuales tienen un valor de uso y un valor de cambio (Kopytoff, 1991). Los objetos producidos por los joyeros no están libres de esta lógica. Desde el punto de vista cultural el autor sostiene que *“la producción de mercancías es también un proceso cultural y cognoscitivo: las mercancías no sólo deben producirse materialmente como cosas, sino que también deben estar marcadas culturalmente como un tipo particular de cosas”* (Kopytoff, 1991:89). Para el autor ciertas cosas pueden ser consideradas como mercancías en un momento, pero en otro momento son relegadas de su estado mercantil.

El autor sostiene, que *“la misma cosa puede ser vista simultáneamente como una mercancía por una persona y como algo distinto por otra”* (Kopytoff, 1991:89). Por ejemplo, el oro y la plata dentro de la joyería son materias primas que están en un estado de mercancía, puesto tiene un valor de cambio. Sin embargo, cuando este metal es transformado en una joya como un par de argollas de matrimonio, se genera un cambio en cuanto a la percepción de la mercancía. Vale decir, que desde el punto de vista del joyero sigue siendo una mercancía con un valor de cambio (traducido en dinero), pero para los que solicitaron la joya pasó de tener un precio a tener un sentido de unión y emotividad. Para la pareja que solicitó las argollas es imposible que estas puedan tener un valor monetario una vez utilizadas. Esto es lo que Kopytoff denomina “el sentido moral de la economía”,

puesto que en ese contexto las argollas de oro representan simbólicamente en la sociedad occidental, la alianza eterna de dos personas en la convención matrimonial. Probablemente, las argollas matrimoniales volverán a ser mercancía desde el momento que dichas personas decidan separarse y sean dispuestas dentro del mercado, aunque ya no como joya sino como metal.

Por lo general, las joyas tienden a pertenecer a la categoría de mercancías “terminales”, entendiéndose esta como *“objeto que debido al contexto, propósito y significado de su producción, efectúan un solo viaje desde la producción hasta el consumo. Después de ello, aunque en ocasiones se utilizan fortuitamente en asuntos domésticos, nunca reingresan al estado mercantil.”* (Appadurai, 1991:40). Hay joyas que son absolutamente singulares, como por ejemplo, objetos que tienen las iniciales grabadas del nombre de su dueño, o joyas que simplemente son obsequiadas al interior de la familia. Sin embargo, si estos objetos se extravían o hay un apuro económico de la persona, estos objetos se ven obligados a volver a un estado mercantil.

En este sentido, el joyero produce mercancías que son singularizadas mediante su extracción de la esfera mercantil, cobrando un valor social importante para las personas. En definitiva, el joyero fomenta la singularidad y distinción de las personas por medio de sus joyas, puesto que sus mercancías están destinadas a un uso simbólico y particular. Así, como sostiene Gell, los objetos son algo más que meras envolturas de utilidad neutral, pues su deseabilidad depende del papel que desempeñan dentro de un sistema simbólico. (Gell, 1986). El autor sostiene que *“el consumo implica la incorporación del producto consumido a la identidad personal y social del consumidor”* (Gell, 1991:146). Efectivamente, el joyero vendría a reforzar la identidad personal y social de los que consumen objetos de joyería. El uso de objetos suntuarios, generalmente, tiene directa relación con el sistema de valores compartidos de un grupo, evidenciando así una homogeneidad suntuaria del grupo en cuestión. Un claro ejemplo de ello, es el uso de la platería mapuche por personas que se identifican como parte del grupo. Su fidelidad a los objetos de plata tiene que ver con valores identitarios que tienen un precedente histórico en la cultura mapuche, y aunque tengan suficiente oro, seguirán optando por la plata para su joyas.

Los joyeros no sólo deben confeccionar las joyas, sino que además se ven enfrentados a joyas que cumplieron su valor simbólico, por ejemplo, las joyas que pasan de moda. En este caso, el joyero busca una transformación del material para que cobre sentido nuevamente para la persona. Otro aspecto interesante, que debe enfrentar el joyero, es la reparación de joyas. Esta instancia es una de las más complejas para el joyero, puesto que la reparación consiste, según Sannett, en darle continuidad a un objeto, esto implica un conocimiento vasto y habla de la experiencia de un joyero curtido en su oficio. (Sannett, 2009). Es interesante profundizar un poco más en esta problemática desde una biografía social de las cosas, ya que la reparación permite devolver la continuidad simbólica del objeto en cuestión. Por ejemplo, una cadena cortada, la cual es un obsequio familiar, representa un símbolo importante en la vida de esta persona, por lo tanto, su reparación o restauración implica reactivar su continuidad simbólica, para que esta sea nuevamente usada por la persona. En ese caso, nos encontramos con singularidades rotas que deben ser reincorporadas como una joya utilizable.

Desde la perspectiva de Mauss (1991), las joyas así como los *vaygu'a*, no son simple objetos más bien son signos, que tiene un principio de circulación de joyero a propietarios, donde finalmente pueden circular como patrimonio familiar al interior del mismo grupo. Las joyas familiares tienen elementos míticos, ya que generan un nexo con sus antepasados; similar a los *vaygu'a*, cada una tiene su personalidad, su historia, incluso su leyenda, pueden constituir su máximo confort. De similar manera como sucede con los *vaygu'a*, las argollas matrimoniales, “ilusiones” y anillos de compromiso han sido analizadas desde la óptica de Appadurai (1991), como un fenómeno de la mitología e ideología de la circulación generadas por los mercados. De acuerdo al autor, “*Las historias e ideologías construidas culturalmente acerca del flujo mercantil constituyen un lugar común en todas las sociedades*” (Appadurai 1991:67). Existen historias y costumbres asociadas al uso de estos objetos, las cuales ya pasan a ser parte del sentido común de la sociedad.

Para Douglas e Isherwood (1979), estos objetos marcan un antes y un después en la vida social. Se traduce en el paso de una mercancía a un estado singular, el cual está dado por una práctica social denominada consumo, este es un acto simbólico. Los autores conciben

que los rituales más eficaces están dados por el uso de objetos materiales, *“cuanto más costosos sean los instrumentos rituales, más persistente tendrá que ser nuestra intención de fijar los significados. En esta perspectiva los bienes son accesorios rituales”* (Douglas e Isherwood, 1979:80). En este sentido, el joyero proporciona sus mercancías (joyas), que se consumen como accesorios rituales. Las joyas al ser consumidas son puro simbolismo, el consumo no es otra cosa más que *“un proceso ritual cuya función primaria consiste en darle sentido al rudimentario flujo de los acontecimientos”* (Douglas e Isherwood, 1979:80). Son estos rituales los que permiten legitimar los consensos sociales, permitiendo así seleccionar y fijar significados para establecer y mantener las relaciones sociales. El joyero proporciona mercancías que están en una inminente desmercantilización. Estas pueden adquirir un rol ritual, ayudando a reforzar las relaciones sociales y dándole sentido al vivir cotidiano de las personas. El gasto o consumo suntuario, que para este trabajo está reflejado en la solicitud de joyas, puede ser perfectamente asociado a rituales y celebraciones. Sobre esto, Canclini argumenta que:

“no sólo porque un cumpleaños o el aniversario del santo patrono justifiquen moral o religiosamente el gasto, sino también porque en ellos ocurre algo a través de lo cual la sociedad consagra una racionalidad que ordena y da seguridad” (Canclini, 1995:63).

De la misma forma, las joyas también vienen a consagrar momentos relevantes para las personas diferenciándose de manera más visible el cotidiano y la rutina social.

Los objetos precisos como las joyas, además de ser cosas que se donan y se conservan, deben ser considerados como puntos de anclajes de las realidades de quien las posee. Según Godelier *“Es a partir de esos puntos de anclajes de esas realidades << fijadas en la naturaleza de las cosas >> que se construyen y se despliegan las identidades individuales y colectivas. Son esos puntos los que hacen que el tiempo tenga una duración”* (Godelier, 1998:285).

Las joyas que se guardan dan cuenta de realidades que transportan a las personas o sociedades hacia su propio pasado, por ende, están al margen del mercado, cumpliendo una función simbólica en la vida social de las personas.

1. Joyeros fabricantes de joyas como obsequios: un camino hacia la singularización.

Los objetos producidos por los joyeros están destinados a cumplir una función, esta puede tener el carácter de marcar y clasificar simbólicamente situaciones o eventos en la vida social de las persona; cuestión tratada por Douglas e Isherwood (1990), en el acto de consumir cosas. Uno de los actos que permiten vehicular el consumo de joyas es el regalo, este acto permite reforzar las relaciones sociales. Desde la perspectiva de Mauss, no podemos establecer que el regalo sea una prestación encubierta con un trasfondo interesado, donde lo dado debe ser devuelto como sucede en sociedades “primitivas”. Conuerdo con la idea de que el regalo tiene una finalidad, como sostiene Mauss “*fundamentalmente moral, el objeto es producir un sentimiento entre las personas en juego*” (Mauss, 1991: 177). Nuevamente, estoy hablando de un acto que refuerza los lazos sociales. Las joyas así como los vaygu’a, mwali y soulava dentro del kula son también objetos de obsequio, en donde se reactivan los lazos sociales. Igualmente, se involucran aspectos económicos y políticos a nivel inter-tribal.

En un contexto de obsequio el joyero, a diferencia del zapatero, sastre u otros oficios, tiene participación directa en la sociedad actual; en un contexto de regalo las joyas pueden pasar de un acto económico a un acto simbólico. Como sostiene Bourdieu “*el obsequio deja ser un objeto material para convertirse en una especie de mensaje o de símbolo adecuado para crear un vínculo social*” (Bourdieu, 1997:175). El estado de esta joya -obsequio pasa a tener un carácter tan familiar que pasan a ser objetos que deben ser guardados (Godelier, 1996). El joyero es parte de esta dinámica, aunque desde la otra vereda, pues no sólo se le debe la elaboración de una joya familiar, sino que también puede hacerse cargo de su mantención o transformación, con el fin de que perdure la pieza como un patrimonio familiar, el cual puede ser considerado, según Fernando Martin Juez (2004), como conocimiento, un sustento de identidad o como una forma de patrimonio capital⁵.

⁵ El patrimonio- capital se le otorga al “*objeto, uso o costumbre entrañable por los beneficios (económicos y políticos) de su posesión o usufructo; en tal caso, las cosas y sus metáforas, lo tangible e intangible, adquieren significados adicionales como fuente de riqueza y distinción personales*” (Martin Juez, 2004: 7)

Cuando una joya es obsequiada su carácter singular como bienpreciado es inevitable. Sobre esto, Godelier agrega, *“este será considerado como un acto personal. Por tal motivo, sea cual fuere el tipo de sociedad considerada, jerarquizada o no, el don se halla presente en todos los dominios de la vida social en el que las relaciones personales continúan desempeñando un papel dominante”* (Godelier, 1999: 27). Cuando las joyas pasan a ser un obsequio, el factor cálculo y economicista que está presente en la sociedad occidental se diluye. Para Bourdieu, el obsequio tiene su lógica en una *“negociación económica (en un sentido restringido), en un rechazo de la lógica de la optimización económica del beneficio... Se organiza con el fin de acumular capital simbólico (como capital de reconocimiento, honor nobleza, etcétera) cosa que se realiza, en especial, mediante la transmutación del capital económico efectuada por la alquimia de los intercambios simbólicos...y accesibles solo a los agentes dotados de las disposiciones adaptadas a la lógica del desinterés”* (Bourdieu, 1997). En parte los joyeros y joyas proporcionan un espacio para actos anti-utilitarios de parte de los clientes, los cuales deben corresponder a sus estilos de vidas.

Dentro del mundo de la joyería, el proceso de singularización de las joyas es un acto común para la cultura occidental. Cada joya que es entregada a su dueño pasa a tener un valor propio para quien utiliza la joya, ya sea como obsequio, recuerdo familiar o simplemente por gusto. En definitiva, este proceso de singularización va constituyendo un mundo social representado, como describe Bourdieu, a un espacio de los estilos de vida, producto del habitus⁶ que deviene de un sistema de signos distintivo, expresando un gusto de clase que se encuentra estructurado por nuestra posición social en el mundo (Bourdieu, 1988). El habitus es una estructura que moldea el mundo social, de esta emanan representaciones y prácticas sociales que dan cuenta de una posición en la estructura social. Para el autor, la singularización, o más bien la distinción de este tipo de bienes en las personas, es *“gracias a la construcción del habitus como fórmula generadora que permite justificar*

⁶ Según el autor: *“El habitus se define como un sistema de disposiciones durables y transferibles- estructuras estructuradas predisuestas a funcionar como estructuras estructurantes- que integran todas las experiencias pasadas y funciona en cada momento como matriz estructurante de las precepciones, apreciaciones y las acciones de los agentes cara a una coyuntura o acontecimiento que el contribuye a producir”*(Bourdieu, 1988:84)

simultáneamente las prácticas y los productos enclasables, y los juicios, a su vez enclasados, que constituyen a estas prácticas y a estas obras en un sistema de signos distintivos” (Bourdieu, 1999: 170). La identidad social y los estilos de vida están estrechamente ligados y son un fiel reflejo de un habitus en funcionamiento. El joyero es quien, en cierta forma, viene a reforzar estos habitus con sus mercancías, respondiendo a los gustos que representan una fuente básica de los estilos de vida de las personas. Según Bourdieu, *“El gusto, propensión y aptitud para la apropiación (material y simbólica) de una clase determinada de objetos o de prácticas enclasadas y enclasantes, es la fórmula generadora que se encuentra en la base del estilo de vida, conjunto unitario de preferencias distintivas que expresan, en la lógica específica de cada uno de los sub-espacios simbólicos -mobiliario, vestidos, lenguaje o hexis corporal- la misma intención expresiva”* (Bourdieu, 1999: 172-173).

Los gustos de lujo o de libertad, según Bourdieu, se evidencian en el consumo y son propios de *“aquellos individuos producto de unas condiciones materiales de existencia definidas por la distancia con respecto a la necesidad, por las libertades o, como a veces se dice, por las facilidades que asegura la posesión de un capital”* (Bourdieu, 1999: 177). Los gustos de lujo o suntuarios serán propios de los clientes de los joyeros. Existe una clasificación jerárquica de gustos, que está determinada por la posibilidad de poder elegir más allá de las necesidades prácticas marcadas por las necesidades económicas.

Los joyeros tendrán una directa relación en esta construcción simbólica movidos por gustos de libertad de las personas con el fin de reforzar y legitimar sus patrones de distinción dentro sus estilos de vida frente a otros. Distinción que tiene su base entre el consumo de objetos lujosos y el consumo de necesidad, siendo algunas joyas más lujosas que otras, y otras más simbólicas que lujosas (argollas, “ilusiones” o medallas de plata).

En lo que respecta a las prácticas de singularización en torno al cuerpo, es posible concordar con lo señalado por Bourdieu en definir al cuerpo como un producto social que debe sus propiedades distintivas a sus condiciones sociales de producción. Por lo tanto el cuerpo es una forma particular de experimentar la posición en el espacio social (Bourdieu,

1986). El habitus está directamente relacionado con el cuerpo y el uso ornamental que se le puede dar. Según el autor *“las propiedades corporales, en tanto productos sociales son aprehendidas a través de categorías de percepción y sistemas sociales de clasificación que no son independientes de la distribución de las propiedades entre las clases sociales: las taxonomías al uso tienden a oponer jerarquizándolas, propiedades más frecuentes entre los que dominan (es decir las más raras) y las más frecuentes entre los dominados”*(Bourdieu, 1986:184). Los joyeros fortalecen, por medio de las joyas, sistemas de clasificación y distinción social, esto refleja en parte la desigualdad simbólica y material en que se construye, y se reconstruye en la sociedad, puesto que hay distribución desigual en cuanto a la ornamentación corporal con joyas en distintos sectores sociales.

Los segmentos más elevados en la jerarquía social pueden tener mayores posibilidades al acceso de bienes de lujo como símbolos de distinción, los cuales muchas veces son apropiados por segmentos más bajos que están en búsqueda de un reconocimiento social, a su vez los primeros abandonan y adoptan nuevos bienes. Esta es la base de la dinámica de la moda, la cual se estructura en la capacidad de las clases superiores de encontrar y apropiarse de nuevos bienes que los diferencie socialmente del resto, mientras que las clases bajas imitan las prácticas de consumo legitimadas socialmente como una estrategia de movilidad y ascenso social (Bourdieu, 1999). Esto lo apreciaremos, en alguna medida, con el uso de joyas lujosas que es posible ver en los anillos de compromisos, como por ejemplo, el anillo Lady Di. Esto será explicado en el punto 8 del capítulo IX.

Está claro que la joyería occidental tiene un carácter histórico y global en cuanto a su estética y simbología. Estos elementos son apropiados por el joyero e incorporados a su repertorio productivo con el fin de asegurar los gustos demandantes y dominantes. En esta línea, como ya lo señalé anteriormente, encontramos las argollas matrimoniales (una de las piezas tradicionales más antiguas y representativas a nivel global), estas representan un ícono universal (estos temas serán profundizados en Cap. IX.7). De esta manera, hay una cierta continuidad simbólica (en la forma o estilo de la pieza) entre los joyeros. Es evidente que en la joyería fina tradicional y moderna está nutrida por un gusto y estilo de vida europeo, lo que significa, innegablemente, que el joyero de Santiago está supeditado desde

su inicio a una joyería europeizante. Se cumple la lógica de la imitación de parte de los joyeros latinoamericanos, siendo la joyería europea el referente a seguir.

Otro de los puntos interesantes de comentar es la correspondencia existente entre la producción de los bienes y la producción de los gustos, donde concuerdo con Bourdieu en que *“el campo de la producción, que evidentemente no podría funcionar si no pudiera contar con unos gustos ya existentes, (...) para consumir unos bienes más o menos definidos, es lo que permite al gusto realizarse, ofreciéndole a cada momento, el universo de bienes culturales como sistemas de posibles estilísticos entre los cuales puede seleccionar el sistema de los rasgos estilísticos constitutivos de un estilo de vida”*(Bourdieu, 1988:228). Esta retroalimentación simbólica entre la producción de bienes y la producción de gustos se puede ver reflejada en el joyero de Santiago, ya que este va ejerciendo una cierta imposición simbólica con sus productos. A su vez, debe adecuarse a los nuevos requerimientos de un gusto suntuario heterogéneo. Vale decir, que coincida con los diferentes intereses culturales que los consumidores deben a su condición y a su posición de clase, ofreciéndole así la posibilidad real de satisfacer sus gustos de libertad.

El joyero de Santiago puede atender gustos que están fuertemente influenciados por la joyería europea, aunque también algunos se han orientado a ciertos sectores interesados en la joyería ancestral y cultural del país. El joyero se apropia de lo que estéticamente se ha impuesto como bello, lo reproduce dentro de su taller y lo va legitimando socialmente como moda. Un claro ejemplo, es en el uso de los diamantes. Mientras su brillo sea más destellante y mayor sea su tamaño, más valorada es esta piedra en un anillo o joya. El brillante de corte moderno desplaza al de corte antiguo, ya que el moderno tiene un brillo más importante. Hay ciertos consensos estéticos que los joyeros se encargan de reproducir y la sociedad se encarga de representarlos.

Los consensos y continuidades en el mundo de la joyería no son más que actos simbólicos sobre bienes simbólicos en un momento determinado, dichos actos simbólicos *“suponen siempre actos de conocimiento y reconocimiento, actos cognitivos por parte de quienes son sus destinatarios. Para que un intercambio simbólico funcione es necesario que ambas*

partes tengan categorías de percepción y de valoración idénticas.” (Bourdieu: 1997:170). La relación entre el joyero y el cliente es siempre simbólica, más allá del precio que establece el joyero, el cual funciona como una expresión del consenso sobre la tasa de intercambio simbólico. La demanda de joyas como bienes simbólicos surge como “*una función a la diversidad de prácticas y clasificaciones sociales*” (Appadurai: 1991: 47). Esta demanda puede ser entendida como un acto simbólico que va estar destinado al uso de este tipo de bienes, como marcas o señales que representan el proceso social en su conjunto, clasificando categorías y marcando sucesos (Douglas e Isherwood, 1979).

En definitiva, los joyeros, sus joyas y los consumidores de estas últimas, son parte de una economía política del gusto en el mundo moderno, cuya lógica no radica en lo puramente economicista y utilitario, sino en lo simbólicamente importante que es distinguirse y marcar ciertos eventos que facilitan las relaciones sociales.

V. UNA BREVE REVISIÓN HISTORICA Y ANTROPOLÓGICA SOBRE LOS JOYEROS DEL PASADO

El joyero históricamente ha intentado responder a aquella necesidad simbólica que va más allá de la ornamentación corporal de las personas, ya que apunta a distintas formas de simbolizar la vida social, siendo esta una búsqueda incesante y de larga data en sociedades tradicionales como modernas. Tanto el joyero como la joyería nos hablan de una historia en cada sociedad, en cuanto a su cultura, costumbres, creencias, clases sociales, conocimiento

tecnológico y su definición de lo estéticamente bello. En este sentido, el oficio de la joyería logra constituir un valioso instrumento para reconstruir distintos aspectos culturales de una sociedad.

Como he mencionado anteriormente, el joyero tiene un rol importante en la ornamentación corporal, esta ha sido una práctica típica en sociedades modernas y “primitivas”. De acuerdo a Mauss, la ornamentación corporal es uno de los primeros objetos decorados, en donde el autor define la ornamentación directa del cuerpo como cosmética y la ornamentación indirecta como adorno, será esta última la que se ajusta a esta investigación. Para Mauss *“el hombre ha buscado siempre sobreañadirse alguna cosa bella para estar en sociedad, incorporar a su cuerpo algo bello”* (Mauss, 1971:166). Para el autor, las joyas son objetos ornamentales y caben dentro de su noción de adorno donde *“está ligada a la belleza artificial, valga la expresión constante y llena de símbolos (..) El adorno se coloca generalmente en los puntos críticos del cuerpo, especialmente sobre las aberturas del mismo: inserciones en los labios, anillos en el lóbulo de la oreja y en el tabique nasal, nudos en las articulaciones, brazaletes en los brazos, collares en el cuellos.... Por fin, las joyas sonoras: esquilas y campanillas. Podrían clasificarse también las joyas según la materia prima: aros plumaria en América del Sur. Joyas de hueso, de marfil, anillos con dientes de jabalí en Indochina y la Polinesia. A base de conchas y de dientes se hacen también auténticas joyas. Finalmente, toda la orfebrería metálica no hace, frecuentemente, sino imitar joyas anteriores fabricadas en hueso, marfil concha, etc.”* (Mauss, 1971: 174-178-179).

Según Mauss, los adornos corporales como las joyas aparecen en base a distintas materialidades en las sociedades denominadas primitivas. Esto puede dar pistas sobre las primeras etapas de la ornamentación corporal en base a joyas, donde probablemente, los joyeros como grupo especializado aún no estaba bien definido. Lo que sí está claro, es que ya existía la necesidad de simbolizar el cuerpo como una forma de representar las relaciones en la vida social.

El interés de este trabajo se aboca a objetos preciosos en base principalmente a metales, pues cuando las experiencias con los metales fue cada vez más especializada y estos fueron valorados, los joyeros lograron emerger como un grupo especializado cuya función vendría no sólo a proporcionar objetos de belleza, sino que a reforzar aspectos de estatus y poder en sociedades con una organización sociopolítica basadas en castas o jerarquías. En sociedades modernas como la nuestra los móviles están en identificarse con algo bello, importante o lo socialmente emotivo que puede representar una joya.

En esta parte daré cuenta sobre el sentido de la ornamentación corporal en base a metales en contextos precolombinos, luego referiré a la funcionalidad de los bienes suntuarios en base a metales en sociedades andinas y mapuches, articulando además, el rol del joyero en dichas sociedades, como también en la antigua Europa.

1.1. Joyeros y metales andinos.

De acuerdo a las investigaciones realizadas por Roberto Pineda (2005), la historia prehispánica se caracterizó por la formación de desarrollos regionales, los cuales estuvieron marcados por la consolidación de sociedades cacicales. El desarrollo de estos cacicazgos no sólo estuvieron vinculados a la recepción de tributo o al consumo de ciertos bienes rituales, sino que además estuvo asociado al “*florecimiento del trabajo del metal*” (Pineda, 2005: 636), donde los objetos de oro como máscaras, patenas, orejeras, poporos o clavos inscritos en la cara, eran utilizados por los caciques y sus élite como un claro signo de prestigio y poder. Según Pineda, el trabajo con los metales se descubrió en los Andes Centrales del Perú, hacia el año 1500 a.C., la cual se difundió hacia otros territorios (Colombia, Ecuador). Dentro el imaginario del mundo andino, el uso de metales como el oro y la plata, entre otras aleaciones estaban destinados principalmente a transmitir mensajes de jerarquía dentro de la estructura social andina. Vinculando su mito de origen con estos metales, legitimando y reforzando el poder de la dinastía inka.

Para la cultura inka los metales tenían una función indispensable en el mundo simbólico andino, tanto en el ámbito secular como religioso. Según Lechtman, los metales “*llevaban y representaban el contenido o mensaje de jerarquía, riqueza y poder político y reforzaban*

el poder afectivo de los objetos de culto religioso. Podemos reconocer estas funciones en una serie de artefactos que abarcaban desde el primer uso constante del metal en los Andes hasta su empleo durante la hegemonía Inka.”(Lechtman, 1991:12). La ornamentación corporal a través del uso de metales preciosos como indicadores sociales eran parte de la vida cotidiana, como también después de la otra vida. El interés y control por el oro y la plata en el mundo andino tenía su trasfondo en la cosmovisión inka, puesto que la dinastía real asumía su derecho natural como descendientes directos de la luna y el sol. De acuerdo a Lechtman, en *“la cosmología de este pueblo, el oro representaba el sudor del sol y la plata, las lágrimas de la luna. De este modo, ambos metales estaban íntimamente asociados al mito de origen de la familia reinante”* (Lechtman, 1991:13). La plata y el oro representaban la dualidad andina debido a la relación mítica que existía entre la luna y el sol.

Los joyeros andinos contaban con un conocimiento técnico altamente sofisticado en las formas de alear el metal, presentando un marcado interés por los colores que podía conseguir el metal, más que por su calidad en la ley⁷ del metal. Según Lechtman, la funcionalidad y valoración cultural se encontraba en los colores, no en la pureza del metal. Los joyeros andinos hicieron un aporte en cuanto a trabajar con metales aleados tumbaga⁸ al viejo mundo para complementarlo a sus sistemas de aleación. El joyero actual hereda estas ideas de aleación, aunque con técnicas mejor depuradas. Los conceptos de aleaciones permiten más durabilidad a las piezas donde las superficies pueden quedar como oro rosado, rojo, amarillo, verde y blanco (ver capítulo VII. 3). Para Lechtman *“el color que se obtiene en la superficie es el que finalmente llega ser el sello visual del objeto, comunicando mensajes culturales de poder, rango y de creencias cosmológicas y religiosas. El color superficial es la manifestación externa de una naturaleza interna”* (Lachtman, 1991:16). El joyero actual de Santiago, si bien pone atención en el color de la pieza, prioriza por sobre todo la calidad del metal que trabaja (su ley).

⁷ Se refiere al grado de pureza del metal. Este punto es explicado en el capítulo VII. 3.

⁸ De acuerdo a lo planteado por Lechtman, la aleación de cobre con oro en ocasiones plata, con estos metales se podía lograr lingotes de color rojo cobrizo, rosado o dorado, según el contenido de oro. Si existe una cantidad suficiente de plata, la lámina se verá de color plateado. En definitiva, la aleación presenta mayor cantidad de cobre, tanto la plata como el oro aparecen como películas sobre una base importante de cobre.

Otro de los temas interesantes que se han abordado en esta temática es la relación que existía entre el Chamanismo y la orfebrería, ya que la mayor parte de la iconografía orfebre fue producto de los vuelos mágicos que emprendían los chamanes. Representaciones como las máscaras de felino o colgantes con forma de ave permitían que, por medio de estos objetos, el hombre alcance una transformación sobrehumana. Sobre esto Pineda comenta *“a través de las máscaras o por otro medio el hombre muta en Hombre Jaguar y adquiere la agudeza y capacidad de sorpresa de este felino, es decir su poder”* (Pineda, 2005:647). Pineda coincide con Gerardo Reichel en la existencia de una íntima relación entre la iconografía orfebre y los estados mágicos del Chaman, entendiendo estos estados como una transformación permanente de los humanos a estados no humanos, renaciendo en un nuevo ser social y espiritual.

Reichel propone la siguiente definición sobre la orfebrería prehispánica, *“se trata de un complejo de ideas relacionados con el chamanismo, institución indígena que refleja conceptos cosmológicos, procesos psicológicos, normas sociales.... La mayoría de las representaciones figurativas de la orfebrería prehispánica constituye un complejo coherente y articulado con el arte chamánico, con el tema unificador de la transformación”* (Reichel, 1988, 15).

Complementando la idea anterior, Pineda propone que *“el arte orfebre expresa complejas ideas de metamorfosis y transformación, apropiadas por los caciques, sacerdotes y chamanes, e incluso la gente del común, para relacionarse con la naturaleza, para controlar las enfermedades, para trasladarse al mundo del más allá o legitimar su poder o prestancia social. En este sentido, la decoración orfebre, sumada a la pintura corporal y otros adornos, conforma una verdadera “segunda piel” que mediatiza su personalidad social”* (Pineda, 2005, 653).

Esta idea de metamorfosis y transformación por medio de los objetos preciosos también cobra sentido en el mundo occidental, como la corona de un rey o el crucifijo de oro de un Papa. Ambos objetos hablan de una forma de poder político o religioso. Igualmente, las joyas tienen un amplio alcance para el común de las personas, unas argollas o un colgante

que indique algún aspecto particular de la persona, tiene que ver con esta “segunda piel” que permite mediar con el mundo social y clasificarse dentro de este.

Continuando con la descripción del joyero prehispánico, es posible encontrar similitudes técnicas con el joyero medieval y moderno, como el conocimiento de moldear el metal, creando volúmenes a partir de láminas martilladas, además de las técnicas de fundición y moldeados a la cera perdida⁹. Sobre las técnicas de fundición hay registros que indican las utilizadas por joyeros de los Andes Centrales, donde el fuego se avivaba con un cañuto (tubo hueco de madera). Las altas temperaturas que se conseguían soplando el fuego con un cañuto permitía la fundición del metal. Los hornos de fundición prehispánicos se denominaban guayras (viento, en quechua), los cuales estaban ubicados en los cerros para aprovechar el viento que circula en ellos.

9

Técnica de fundición para obtener figuras de metal con volumen, la cuales se elaboran a partir del modelado de cera de abeja. Esta técnica permitió darle volumen a las piezas, consiguiendo así una variedad de formas que eran necesarias e importantes en el repertorio simbólico de las culturas prehispánicas.



Ilustración 1: Imagen del Códice Florentino, donde uno de los orfebres sopla el fuego del horno con un cañuto y el otro prepara la cera para vaciar el metal que se encuentra en el crisol, esta se asemeja una a cuchara grande.

Es posible encontrar ciertas similitudes entre el joyero del pasado y el moderno, ya que ambos lograban dar volumen a sus piezas, aunque con distintas técnicas.

Según algunos cronistas existía una suerte de ritualidad que giraban en torno a la adoración de los metales. Sobre esto, es posible encontrar descripciones interesantes realizadas por el padre Bernabé Cobo, el cual menciona ritos y nombres parecidos:

“Adoraban también [...] los cerros que se distinguían en algo de los otros sus vecinos o en la hechura o en la sustancia. Los que iban a minas adoraban los cerros dellas y las propias minas, que llaman coya, pidiendo les diesen de su metal; y para alcanzar lo que pedían, velaban de noche, bebiendo y bailando en reverencia de los dichos cerros. Así mismo adoraban los metales, que llaman mama, y a las piedras de los dichos metales, llamadas corpas, besábanlas y hacían con ellas otras ceremonias; el metal que dicen

soroche; la misma plata y las guairas o braseros donde se funde; ítem, las pepitas y granos de oro y el oro en polvo; el bermellón que ellos llaman Llimpi, y era muypreciado para diversas supersticiones; finalmente cualquier cosa de la naturaleza que les pareciese notable y diferenciada de las demás, la adoraban, reconociendo en ella alguna particular deidad; y esto hacían hasta con las pedrezuelas que hallaban relumbrantes y de colores, las cuales guardaban muy bruñidas y tenían en grande estimación” (Cobo, 1964: lib. XIII, cap. XI, 166).

La vida mágico- religiosa del mundo andino tenía un fuerte nexo con los procesos de extracción y fundición del metal, hasta la elaboración de las piezas para su uso. La gran sofisticación de las técnicas de los joyeros andinos, da cuenta de la tremenda importancia que tenía obtener y utilizar estos objetos.

Cuando occidente irrumpió en territorio de las culturas precolombinas se percataron de los objetos preciosos que sus habitantes portaban. Los objetos fabricados por los orfebres precolombinos serían uno de los alicientes más importantes para emprender la campaña de Conquista. La búsqueda del Dorado comenzó a cobrar sentido al coincidir con los objetos de oro que se encontraban en gran volumen en los centros ceremoniales o huacas. El oficio de los joyeros precolombinos tenían tremendos avances en sus técnicas (como el uso de la cera perdida), donde uno de los conocimientos más sorprendentes fue la metalurgia del platino, la que, según Pineda, fue *“presumiblemente descubierta en el Pacífico colombiano”* (Pineda, 2005:644). En definitiva, fue el avanzado conocimiento y la importante producción de los orfebres precolombinos lo que delató la riqueza de sus pueblos, acelerando los procesos de violencia y dominación occidental.

1.2. Retrafes y joyas Mapuches.

En un contexto más local, considero relevante mencionar lo realizado por los joyeros mapuches o retrafes (post- hispánico), donde la platería tuvo un sitio preponderante. Cuando el mapuche comienza a establecer intercambios comerciales con los españoles, a su

vez es aceptada la moneda de plata para la comercialización de sus productos (animales, mantas, entre otros). Los mapuches manifestaron un gran interés en convertir estas monedas en adornos para mujeres y objetos para la montura (estribos, espuelas, entre otros objetos). De manera que, el que exhibía un gran ornamento de plata hablaba también del estatus de esa persona, pues generalmente estos objetos se encontraban concentrados en importantes lonkos o caciques. Según Aldunate, estos competían con sus adornos, donde la platería era un elemento fundamental para esta rivalización. El autor parafrasea las descripciones realizadas por viajeros que habían cruzado el territorio de la Araucanía: *“describen la ostentación que estos hacían montados en sus cabalgaduras enjaezadas con cabezales y riendas de plata labrada llevando espuelas y estribos de este metal y portando espadas y cuchillos cuyas vainas y mangos estaban trabajados por orfebres mapuches. No es menor la sorpresa que se advierte en los relatos que describen las interminables procesiones de mujeres que van detrás del cacique, en ceremonias y actos públicos, cuyos pectorales, prendedores, collares, adornos cefálicos, cintas para las trenzas y campanillas, todas de plata, producen un espectáculo y sonido”* (Aldunate, 1983:13).

Es sobre este punto, en el cual autores como Douglas e Isherwood (1990) trataron de describir, considerando los bienes como un medio de información, siendo para el caso de la platería mapuche un medio de distinción y de prestigio, cobrando su mayor sentido en el ámbito ritual y ceremonial.

En la cultura mapuche la plata tuvo un rol preponderante, pues fue más amigable para ser trabajada por los retrafes, no así el oro que representaba un trabajo más complejo, debido a su alto punto de fusión y los nuevos conocimientos que implicaba trabajar un metal más noble. Coincido con Aldunate, en cuanto al alto nivel de fundición del oro, pero me parece importante recalcar el factor conocimiento y experiencia con el oro, pues aunque los retrafes consiguieran fundir el oro, no sería suficiente con eso, ya que si algún metal ferroso se mezclara con el oro, es casi imposible de trabajar, no es así el caso de la plata. De todas formas, Morris señala que este metal era escaso en la Araucanía (Morris, 1992).

Era tal el interés que tuvieron los caciques por la obtención de bienes de plata, que existen registros sobre joyeros con servicio exclusivo para importantes jefes, es el caso del cacique Colipi, el cual mantenía bajo su dependencia varios orfebres que le confeccionaban todas las piezas que tuvieran que ver con el arreo de montar, además del ajuar de sus mujeres. Su rival, en este ámbito era el cacique Manguin, el cual tenía 11 mujeres que rivalizaban con sus joyas, además de su montura, riendas cubiertas con plata maciza (Aldunate, 1983).

Los joyeros mapuches estaban al servicio de mapuches que encarnaban el poder dentro de sus comunidades, donde el uso y posesión de la platería representaba un elemento diferenciador de status. El joyero mapuche estaba al servicio de la competencia de status, el trabajo del joyero permitía potenciar elementos de diferenciación simbólica de poder y status dentro del sistema de relaciones mapuches.

Según Aldunate, el uso de la platería tanto en hombres como en mujeres no sólo fue un indicador de status, sino que también actuó como un respaldo económico para momentos en que se necesitara para algún intercambio o forma de pago. En pocas palabras, la platería mapuche fue también una cuenta de ahorro o más bien un capital de reserva como lo describe el autor: *“estos ornamentos de plata sirvieron también como medio de intercambio en transacciones comerciales. La platería también significó, junto con los animales, un capital de reserva para momentos de escasez o de necesidad. Los caciques poderosos se hacían pagar en animales, prendas de plata o textiles cuando mediaban en conflictos internos producidos dentro de sus grupos. Las condenas por algún delito de adulterio, robo o perjuicio, generalmente consistían en compensaciones de animales o platería”* (Aldunate, 1983:12). La platería si bien tiene su aspecto simbólico importante en las relaciones sociales mapuches, también puede convertirse en mercancías. No he hallado registros que se refieran a la existencia de un apego emotivo hacia alguno de estos objetos por parte de los mapuches de esa época.

Los joyeros que estaban a cargo de surtir este tipo de bienes podían ser mapuches o mestizos independientes, pues trabajaban por encargo, ya sea para mapuches o comerciantes, estos últimos obtenían un mayor valor en sus intercambios. Más adelante

encontraremos rasgos similares en la dinámica del joyero actual, ya que muchas veces se trata de personas independientes que basan su trabajo en función a los pedidos de clientes particulares o comerciantes.

En cuanto al taller de un retrafe, podríamos reproducir lo descrito por Raul Morris. *“el taller de los plateros era muy modesto, consistía en un fogón que se alimentaba con carbón vegetal, los fuelles, el crisol y el yunque, más algunas sencillas herramientas, a veces hechas por ellos mismos, eso era todo”* (Morris, 1992 :31).

Morris sostiene que el retrafe recurría a su imaginario personal en los grabados y modelos de la platería, aportando estos elementos dentro del mundo simbólico de la cultura mapuche que a su vez, hacen referencia al imaginario de dicha cultura. Esto es interesante ya que el sello personal del joyero puede considerarse una cierta imposición simbólica para sus destinatarios, donde estos símbolos de plata se articulan e incorporan a la cosmovisión mapuche.

El retrafe no tenía interés de imitar el modelaje de joyas europeas, ya que es él quien resuelve la problemática simbólica y estética. Si bien se incorporan algunos elementos hispánicos, estos quedan subyugados al simbolismo mapuche de manera tal que la pieza no pierde su sello araucano (Morris, 1992).

1.3. Joyeros Medievales Europeos.

En lo que respecta a la época medieval del viejo mundo, *“el orfebre era el artesano que trabajaba con los metales más preciosos, enriqueciéndolos aún más con piedras raras y gemas. Los orfebres medievales en la Europa occidental hacían, con el oro y la plata, anillos, broches, recipientes y ricos adornos”* (Cherry, 1999:5).

El espacio fundamental en el desarrollo de las prácticas del joyero es el taller. Según Sannett dicho espacio en épocas medievales podía cumplir el rol de hogar y lugar de trabajo, donde una de las metas más importantes, no era la relación emotiva entre los

integrantes de la familia, sino que conseguir el prestigio en las ciudades (Sannett, 2009). Para el autor, el taller debe entenderse como: “*espacio productivo en que las personas tratan cuestiones de autoridad en relaciones cara a cara*” (Sannett, 2009: 73). En definitiva, las habilidades y conocimientos serán la fuente de autoridad y legitimidad para el desarrollo del oficio. Para el caso de los talleres de joyas, cumplen patrones similares, las habilidades del maestro son la fuente de su legitimidad y este debe demostrar su destreza y transmitir su conocimiento en el oficio.

Desde sus inicios, los joyeros han estado al servicio de las esferas de poder y los joyeros medievales no son la excepción, estos prestaban servicios principalmente a sectores que acaparan el poder económico, político y religioso. Cherry (1999) comenta que los joyeros podían diferenciarse a partir de su procedencia, ya que unos provenían de monasterios y otros eran seculares. Las primeras constituían una de las más importantes fuentes económicas para los orfebres debido a sus necesidades de objetos de oro y plata utilizadas en la Iglesia. La Iglesia cumplió un importante papel en la transmisión de la cultura durante aquella época y además, prestaba espacio para los talleres de los mismos orfebres. Por otra parte, los joyeros seculares trabajaban para emperadores, monarcas, nobles y aristócratas, a diferencia de los primeros éstos se ubicaban en las ciudades. En base a lo anterior, es posible señalar que los joyeros medievales cumplen un rol importante, no sólo en la creación de bienes suntuarios para ciertos grupos de poder, sino que también reafirman con sus objetos el poder simbólico de dichos grupos.

1.4. Joyeros de monasterio.

Los monasterios cumplieron un importante papel en la transmisión cultural en el viejo mundo. Dichos monasterios contaban con edificaciones auxiliares, entre las cuales encontramos un sector destinado para los joyeros medievales que generalmente colindaba con el taller de los herreros, puesto que estos dos rubros estaban en inminente peligro de incendio debido a sus fundiciones.

Según Cherry, los monasterios constituían una de las fuentes económicas más importantes para los orfebres, puestos que debían cubrir las necesidades de objetos de oro y plata requeridos por la iglesia y los representantes de dicha institución. En la actualidad aún es posible visualizar algunas piezas como crucifijos, rosarios, cáliz, entre otras piezas sacras de oro y plata. El autor señala que entre los siglos XIV y XV se produce un declive en la producción de bienes suntuarios de los monasterios, en esto se incluye el rubro de los orfebres.

Sin duda, el rol de los joyeros de monasterio fue producir y a su vez reforzar el poder de estos centros religiosos en base a metales y piedras preciosas. Sin embargo, los joyeros de monasterios no perdurarían en el tiempo puesto que los joyeros seculares contaban con un gran prestigio que les permitía atender las demandas de objetos sacros para las iglesias y sus miembros, como objetos lujosos para la aristocracia y burguesía reinante. El joyero medieval estaba destinado a la secularización o más bien a mercantilización de su mano de obra, sin limitantes religiosas, esto sería la antesala hacia un joyero moderno al servicio del poder adquisitivo. Según Cherry: *“Los orfebres de la Baja Edad Media eran hombres que pertenecían al mundo, no al claustro”* (Cherry, 1999:10).

El joyero de monasterio estaba destinado a desaparecer, debido al inminente deterioro del poder de la iglesia en un contexto moderno. El paso demoledor del mercado capitalista obligaría al joyero de monasterio a secularizarse.

1.5. Joyeros Seculares.

Cuando hablo de joyeros seculares medievales, también estoy evocando, en parte, al joyero moderno que desempeña su oficio en la actualidad. Los joyeros seculares medievales han destinado su trabajo a emperadores, monarcas y nobles en las cortes reales y aristocráticas. Además la proliferación de los joyeros en las ciudades era inminente debido al gran crecimiento comercial de los centros urbanos en los siglos XI y XII; Londres, Paris, Florencia y otras ciudades europeas fueron el escenario perfecto para el desarrollo de este

oficio. De acuerdo a lo descrito por Cherry, en el año 1180, dieciocho gremios de joyeros fueron multados por la corona por haberse asociado sin autorización, los cuales debieron cancelar una suma de 480 libras. Eso habla del poder adquisitivo que tenían los gremios de los joyeros medievales debido a su vínculos con los grupos de poder.

A continuación presento una descripción bastante vívida sobre la labor del joyero, relatada en el diccionario de Jean de Garlande en la segunda década del siglo XIII:

“Los orfebres están sentados ante sus hornos y mesas en el Grand-Pont, haciendo valiosos objetos de oro y plata, y broches, y prendedores y botones, y escogen granates y jaspes, zafiros y esmeraldas para los anillos. Con destreza los orfebres golpean sobre el yunque de hierro las láminas de oro y de plata con sus delicados anillos. Engastan gemas preciosas en las sortijas que llevan señores y nobles. Otros artesanos recubren vasos (de madera) con láminas de oro y de plata, y ponen peanas a los cuencos, que coronan con (aros de metal), con los que son más hermosos, más duraderos y más vendibles” (Cherry , 1999: 11).

En esta descripción se infiere claramente, la relación de los joyeros con metales nobles como el oro (Au)¹⁰ y la plata (Ag)¹¹, además de las piedras preciosas. Los objetos a confeccionar son preferentemente anillos, broches, prendedores, aros, entre otros. Además, es posible sostener que dichos objetos estaban orientados a una clase privilegiada como lo fue la nobleza. En esta dinámica el joyero también cobra importancia y prestigio dentro de esta sociedad.

Me parece importante mencionar a uno de los joyeros más connotados a finales del sistema medieval ruso (antes de la revolución), me refiero a la figura de Peter Carl Fabergé, célebre joyero ubicado en un taller de San Petersburgo. Dicho personaje heredó el taller de su padre y durante una década se dedicó a confeccionar una joyería muy particular, distinguiéndose de los demás joyeros de la época. Las piezas más notables hacían alusión a los huevos de Pascua, los que eran muy cotizados por la demanda imperial. Fue el Zar

¹⁰ Nomenclatura del oro en la tabla periódica de elementos

¹¹ Nomenclatura de la plata en la tabla periódica de elementos

Alejandro III quien encargó para la Pascua de 1883 la confección de un huevo para su mujer.

“El regalo consistió en un huevo con cáscara de platino que contenía dentro uno más pequeño de oro. Al abrirse el último, se encontraba una gallina de oro en miniatura que tenía sobre su cabeza una réplica de la corona imperial rusa. Este particular Huevo de Pascua le gustó tanto a la emperatriz que el zar le ordeno a Fabergé que realizara uno nuevo para cada Pascua.”¹²

Los famosísimos huevos -joyas son piezas de originalidad y belleza única, dejando en claro la destreza y calidad técnica del joyero. Fabergé es un claro ejemplo sobre la relación del joyero medieval y ciertos grupos de poder, su trabajo está al servicio de la corona imperial.

Los Huevos de Pascua elaborados por Fabergé, pueden ser vistos como desviaciones que van más allá de la búsqueda individual de singularizar un objeto, puesto que hay una institución imperial que protege estos objetos de su condición común de mercancía. Son objetos que implican una exclusividad suntuaria, identificando en este caso al reinado de los Zares.

Las joyas nacidas en el taller de Fabergé eran producto del capricho y ostentación de los Zares, aunque sus servicios también fueron solicitados por la aristocracia y la elite financiera. Este tipo de bienes son reconocidos como piezas de lujo a nivel mundial, las cuales tienen un carácter único y exclusivo desviándose de una ruta mercantil hacia un contexto singular donde su valor histórico lo protege de la mercantilización.

Fabergé y sus huevos de Pascua son la clara expresión del gusto de libertad, señalado por Bourdieu en su trabajo titulado La Distinción, donde ciertos grupos se apropian tanto de lo material como simbólico de un conjunto de objetos y prácticas que encuentran su

¹² Esto fue extraído de la web en el sitio <http://www.eloart.com/es/mundo-historia/nombres-propios/faberge-el-genio-ruso-de-la-joyeria>.

fundamento en el estilo de vida de una aristocracia dominante, que dan cuenta de sus preferencias distintivas, producto de sus habitus, principio que organiza la percepción del mundo social, en donde se condicen las condiciones de existencia en relación al sentido de dichas prácticas de una realeza. (Bourdieu, 1999)

En el siguiente capítulo se expondrán temas históricos, sociales y políticos sobre los joyeros de Santiago, realizando descripciones etnográficas de un taller de joyas.

VI. JOYEROS DE SANTIAGO.

Algunos antecedentes generales de los joyeros de Santiago y su relación con el Estado.

Conforme a lo investigado, es posible señalar que los primeros joyeros del Santiago colonial se instalaron en las principales calles del centro de la ciudad. Debieron organizarse para defender su derecho a continuar labrando plata y oro. Con la intención de que su oficio continuara desarrollándose dentro la ciudad.

“innumerables cofradías y a cuyo amparo se establecieron en las principales calles del Santiago antiguo” (Joyas a Todahora, 1992:18).

Este fragmento habla de la relación que existía entre los primeros joyeros y el Centro de Santiago antiguo y aunque no fue posible hallar información más detallada sobre los primeros talleres que se instalaron en la ciudad, si se puede sostener que en el transcurso del tiempo este oficio se va consolidando, formando asociaciones que les permitieron defender sus intereses en función al desarrollo de su trabajo.

Como se expresa en la Revista de Joyas a Todahora, coordinada por la desaparecida Asociación Nacional de Joyeros, Relojeros y Ramos afines, en cuanto a la función social que cumple el joyero, dice lo siguiente:

“el joyero cumple en todas partes y en todos los tiempos, una función social de enorme valor emocional: crear belleza, agregando valor estético a lo que ya es preciso de por sí, las gemas y los metales nobles (.). El afán de ornato personal está inserto en el alma humana desde la prehistoria. Incluso temas ornamentales prehistóricos son recogidos por las modernas tendencias europeas para incorporarlos a sus diseños. El joyero, creando belleza para su tiempo, está escribiendo la historia de esta parte tan importante del alma humana que es su sed de belleza” (Joyas a Todahora, 1992:3).

En este párrafo se intenta realzar la función social del joyero para que el Estado reconociera la importancia de este oficio. El objetivo principal de esto era levantar el impuesto adicional del 50% que recae en la joyería chilena.¹³ Existía una suerte de queja generalizada de parte de la Asociación de joyeros, la cual era visible dentro de las revistas que se publicaron desde 1969 hasta 1982, debido al impuesto que afectaba al oro.

El Estado ha intentado regular, en un mayor grado, los excedentes de los joyeros y joyerías con la aplicación de un impuesto suntuario, aunque con ello la evasión de impuestos fue una práctica común dentro de este rubro. Esto, en parte, va aclarando la diferencia de precios entre los joyeros que evaden el tributo al lujo y las joyerías. Actualmente, el impuesto especial a las ventas y servicios especiales como la joyería es de un 15%.¹⁴ Aunque, sin duda, ha sido su función social la que ha permitido la vigencia de este oficio.

A continuación, expondré cómo las implicancias del joyero en contextos históricos y políticos van determinado sus productos. Tanto los joyeros como las joyas responden a la realidad sociopolítica que va asignándole nuevos valores a los objetos suntuarios.

Los joyeros y joyas en relación a ciertos contextos políticos.

En el caso de pueblos originarios como los incas, la confección de objetos suntuarios en base a metales preciosos tenía un sentido sociopolítico. Existían ciertos grupos que utilizaban objetos preciosos fabricados por especialistas en metales, con el fin de distinguir un orden social establecido, eran objetos destinados a enviar o comunicar un mensaje de jerarquía y poder. Cuando los incas fueron despojados de dichos objetos por los españoles, estos perdieron todo sentido, al ser fundidos o sacados de su contexto cultural. De ser objetos singulares, que permitían hablar sobre la estructura sociopolítica de un pueblo, pasaron a ser mercancías, lo que hablaba de la imposición de un nuevo sistema sociopolítico llamado después capitalismo.

¹³ En 1984, el oro queda exento de este impuesto en el Decreto de ley 18.285, artículo 1.

¹⁴ Decreto de Ley N° 825. La ley sobre impuestos a las ventas y servicios.

Por su parte, la platería mapuche fue la instalación de un nuevo sistema sociopolítico producto de la colonización española, lo que permitió la elaboración de una gran variedad de objetos de plata, los cuales indicaban la concentración de poder en algunos caciques. Como mencioné en un capítulo anterior, algunos caciques poseían sus propios joyeros, los cuales fabricaban platería abundante para ceremonias rituales y otros eventos sociales, con el fin de reforzar su estatus y poder entre caciques. Eran épocas de abundancia y buen comercio con el imperio español.

El declive de la platería mapuche estuvo marcado con la irrupción del Estado chileno en territorio indígena, socavando un sistema económico y político al interior de las comunidades, transformando la época de abundancia en tiempos de necesidades. La platería mapuche, al interior de las comunidades, dejó de ser un objeto relevante de distinción social y status como lo fue en un comienzo; muchos de estos objetos pasaron a un estado mercantil y algunos se desviaron como pieza de museo. Sin embargo, la aparición de La Ley indígena, provocó una reactivación de la identidad mapuche, donde elementos como la platería fueron retomados en función de dicha identidad. En la actualidad, las joyas mapuches, continúan siendo un símbolo clásico de identidad, sobre esto, daré más detalle en los capítulos siguientes.

En toda época, es posible encontrar objetos suntuarios que tenían una función social y que hoy ya no la tienen o más bien poseen otra función. Dichos objetos y sus usos, son reflejo de un conjunto de cambios sociales, políticos y culturales.

De acuerdo, a lo extraído de uno de los tomos de la Revista de la Asociación de joyeros (1982). A 15 años de ser fundado Santiago, el 2 de mayo de 1556, el Cabildo ordenó a los “industriales y artífices” que expusieran públicamente sus trabajos, con el propósito de celebrar dignamente la fiesta de Corpus Cristi y bajo la amenaza de severos castigos a los que no lo hicieran. En el año 1818, se registra la primera erogación popular de objetos de plata, para ayudar a sufragar los gastos de las campañas militares de la Independencia.

Desde un comienzo, el joyero y sus joyas fueron una suerte de respaldo simbólico y material de los gobiernos imperantes. Siendo estos últimos, los que muchas veces

determinan la función y el sentido que joyeros y joyas deben tener dentro de un contexto determinado.

Es importante señalar que entre las décadas de 1960 y 1980, el Banco Central era la institución que proveía de oro a los joyeros que estaban inscritos en la Asociación Nacional de Joyeros. Esta proporcionaba algunos beneficios como cursos de especialización en el rubro, acceso a la compra de oro fino a mejor precio, publicidad y acceso a la Revista. Muchos joyeros habían sido inscritos por los dueños de las joyerías para facilitar el acceso al oro, este era uno de los beneficios más importantes tanto para el joyero como para los dueños de talleres al momento de comprar oro. Este último, se vendía en monedas, las cuales tienen una ley de 22 quilates (k.). Algunos joyeros comentan que en el periodo de la Unidad Popular se restringió el suministro de oro, cada joyero inscrito en la Asociación podía comprar dos monedas de oro en el mes. De hecho, hay historias que sostienen que en una reunión entre la directiva de la Asociación de Joyeros con el Ministro de Minería de la UP se pretendió, de parte de este último, proponer que los joyeros debían fabricar joyas de cobre, porque era el metal que representaba al país. Lo más paradójico de esto es que la misma autoridad estatal, que insinuaba la propuesta, portaba en sus manos varios anillos de oro.

Tales son las particularidades que pueden desprenderse de la joyería y el joyero en Chile, que al revisar la documentación histórica redactada por la Revista de la Asociación de Joyeros, Relojeros y Afines, nos encontramos con un hecho inusual desde el punto de vista social, económico y cultural. Según la fuente es en el año 1973 (no hay claridad sobre la fecha precisa, pero comenzaba la dictadura militar), donde algunas personas intercambiaron sus argollas de matrimonio por argollas de cobre, incentivados con la propaganda estatal de comprometerse con la patria, siendo los joyeros de la Asociación los encargados de substituir, de manera gratuita, las argollas de oro por las de cobre. Con respecto a esto, la revista redactó lo siguiente:

“Hemos visto a los hombres y mujeres de los más diversos estratos sociales llegar a nuestros establecimientos a solicitar su argolla de cobre; han pasado con igual interés

mujeres y hombres, jóvenes y ancianos que con la misma inquietud y con verdadera ansiedad reciben su argolla, no por lo que en sí, vale, sino por lo que ella significa. ¡Cuántas mujeres entregaron su única joya, su único recuerdo de su juventud pasada, de su amor consumado o de su amor latente para recibir aquella modesta argolla de cobre que lleva grabado el más sublime de sus amores: “CHILE”!” (Revista de la Asociación de Joyeros, Relojeros y Afines, 1973:1).

Por ahora, no viene al caso emitir un juicio sobre estas ideas, lo relevante es que ocurrió una situación política particular. En primer lugar, este intercambio de las argollas matrimoniales por argollas de cobre habla del sentido moral de dicho intercambio, pues no estuvo ajeno de una medida política y económica imperante. Por otro lado, en qué medida (a pesar de las implicancias políticas), la confección de estas argollas de cobre las cuales fueron grabadas con el nombre de Chile, pueden ser catalogadas como un símbolo de la dictadura.

Continuando con la cita:

Esta pequeña cooperación o aporte que con tanto agrado estamos haciendo los joyeros de Chile, no es en modo alguno el fin del propósito que perseguimos (...). La Asociación interpretando el sentir de sus asociados no pide ni pedirá nada en retribución de su modesto aporte; solo desea agradecer a las autoridades la gran oportunidad que nos han dado de “COMPROMETERNOS CON CHILE”, así poderle decir al país que a pesar de que somos quienes trabajamos en metales o piedras preciosas que de por sí representan los más grandes valores visibles, somos hombres de trabajo, sacrificio y esfuerzo que sólo pedimos precisamente lo mismo: poder trabajar, poder sacrificarnos y esforzarnos en bien de nuestra PATRIA, de nuestra comunidad y nuestras familias”(Revista de la Asociación de Joyeros, Relojeros y Afines, 1973:1).

Si bien se habla de los joyeros de Chile, no es posible inferir que todos hubiesen estado de acuerdo con las ideas presentes en este texto. Sin embargo, va a ser la Asociación de joyeros de ese entonces, la institución visible y en cierta forma oficial, para expresar un discurso determinado en torno a los joyeros y la joyería. La confección de las argollas de

cobre dan cuenta de una relación de poder sobre los joyeros involucrados, simbolizan un contexto político particular, donde lo económico queda supeditado a lo político: el oro se intercambiaba por cobre. Creemos que se cumple a cabalidad lo señalado por Appadurai cuando establece que el intercambio económico crea valor. El valor está contenido en las mercancías que se intercambian. Este nexo entre el intercambio y el valor es construido políticamente. De un momento a otro, las argollas de oro dejaron de ser un bien familiar y símbolo de unión, y este valor se desplazó políticamente a las argollas de cobre, sumándole además, una carga patriótica. Probablemente las argollas de oro fueron fundidas para aumentar el capital de las arcas fiscales, eso quedará en el misterio de este hecho.

Los joyeros fueron parte de esta construcción simbólica como forma de mantener y reforzar la continuidad de un contexto social particular, si bien este consumo no fue generalizado, los pocos que intercambiaron su argolla respondieron a una artimaña política generada por el Estado chileno. En cierta forma, los joyeros a partir de sus prácticas, que se traducen en sus mercancías u objetos simbólicos, pueden legitimar y reforzar ciertos contextos de poder que pueden estar imperando. En este caso, las argollas de oro fueron sacadas de su estado singular para ser mercantilizadas. Es lo que puede ser descrito como mercantilización desde arriba, pues el Estado genera las condiciones políticas para volver a convertir algo singular en mercancía.



Ilustración 2: Moneda de oro de de 21 gr. y 22 k. emitida por el Banco Central durante el régimen militar.



Ilustración 3: Moneda de oro de 21 gr. y 22 k. emitida por el Banco Central, la cual conmemora el tercer aniversario del régimen militar.

El oficio del joyero es sensible a los vaivenes políticos y económicos de un Estado. Como se sabe, este oficio suntuario no responde a intereses de primera necesidad, su función es secundaria, pero primeramente simbólica. Cuando el país se ve afectado por crisis sociales o económicas, el joyero y su trabajo pasan a ser olvidados, junto con ellos la fabricación de objetos de oro. Por lo tanto, en un contexto político-económico complejo, las personas están más reticentes a consumir objetos suntuarios. Los gustos por los bienes simbólicos dependerán de los cambios venideros de un sistema político, coartando el sentido de la distinción por medio de las joyas.

Una de las crisis más recordada por los joyeros fue la “crisis asiática”, esta provocó la quiebra de varios talleres en Santiago. Sobre esto se dice:

“Otra crisis fue la asiática. Esa me dejó mal, tuve que empezar de nuevo casi, en esa crisis desaparecieron muchos joyeros. Yo tenía gente y tuve que despedirla. Con las crisis la gente no se preocupa de joyas.” (Eduardo Maripangui, joyero de Santiago).

“yo tuve que dedicarme a trabajar un tiempo en lapislázuli y otro de comerciante en otro rubro, estaba malo el tema de la joyería.” (Arturo Reyes, joyero de Santiago).

El carácter suntuario de este oficio, cuya función es satisfacer necesidades de segundo o tercer orden, está representado por esta constante construcción de la estructura simbólica en la vida social de las personas. Esto se materializa con el acto de utilizar joyas, las cuales son catalogadas como bienes suntuarios. No obstante, cuando un país o pueblo determinado se encuentra bajo la inclemencia de una crisis, los primeros afectados son los joyeros. En ellos, directamente, repercute cualquier evento que implique inestabilidad socioeconómica, y lo suntuario se torna en algo mucho más suntuario e irrelevante que antes.

Estos hechos descritos son una prueba patente de que el oficio del joyero está íntimamente ligado con el ámbito político y económico de un Estado. A continuación, me centraré en aspectos etnográficos que permiten comprender el funcionamiento actual de los talleres de joyas en Santiago.

Descripción física, espacial y social de un taller actual de Santiago.

Gracias a la observación participante y al rol funcional que cumpla dentro de un taller de joyas, me es posible dar cuenta de la infraestructura y la cotidianidad presentes en el oficio del joyero.

Los talleres de Santiago se encuentran dispersos en distintas comunas de la ciudad, de las cuales se ha considerado que las más representativas pertenecen a Santiago Centro, Providencia y Las Condes. Dentro de éstas, es Santiago Centro el sector que históricamente ha congregado el mayor número de talleres en Chile. Destacándose los sectores más cercanos a la Plaza de Armas, donde a mediados del siglo XX se levanta la famosa galería “Nilo y Mayo”¹⁵, ubicada en entre las calle 21 de Mayo, Merced y Compañía. Dicha galería, junto con el Portal Fernández Concha, es uno de los espacios que concentra mayor número de joyeros y talleres de la capital. Habitualmente, los talleres tradicionales de Santiago se instalan en antiguos caracoles, galerías o departamentos de las comunas mencionadas. Esta ubicación no es arbitraria, sino que también es estratégica, ya que ubicarse en el centro de Santiago facilita la comercialización entre los clientes y el taller. Y además, permite la mejor accesibilidad y conexión con otros servicios que requiere el joyero. Por ejemplo, la compra de metal, materiales, herramientas, piedras o servicios especializados de otras ramas de la joyería (cadeneros, engastadores, grabadores, rodinadores, entre otros), con el fin de tener una mayor eficiencia en la producción de las joyas.

Al mismo tiempo, es necesario señalar el carácter nómada de joyeros y talleres, ya que la búsqueda de nuevos espacios acorde a sus intereses es parte de la dinámica de este oficio, pues para algunos talleres es conveniente reducir o aumentar el espacio arrendado según la cantidad de producción que efectúan en el año. Los talleres no se caracterizan por tener publicidad en sus fachadas, por lo general, son locales que tratan de mantenerse ocultos a la vista de las personas, con el fin de evitar el robo de metales como el oro: un dilema clásico

¹⁵ También conocida como la Galería del joyero. Por medio de información entregada por la administración de la Galería fue posible contabilizar 40 talleres, estimando un número aproximado de dos a tres joyeros por taller.

en un sistema capitalista, que hace evidente el conflicto social inherente en este sistema. Este punto es importante, pues creo que será uno de los factores que va incidiendo en la disminución del uso del oro por parte de los santiaguinos.

Fachadas de Talleres de joyería.



Ilustración 4: Joyero de Santiago en su taller de Providencia.



Ilustración 5: Fachada típica de un taller de Santiago.



Ilustración 6: Local de joyería con vitrina y taller en Paseo Las Palmas de la comuna Providencia.

Descripciones etnográficas sobre un taller.

Así como Cherry (1999) registró algunos datos característicos de un taller medieval, me parece pertinente, presentar una descripción general de un taller actual de Santiago con sus joyeros y sus cotidianidades.

Para comenzar es necesario decir que se trata de la descripción de un taller sin vitrina, vale decir, solamente orientado a la producción de joyas y a la recepción directa de clientes. Describiré un taller típico de Santiago, ubicado en la comuna de Providencia al interior de un centro comercial.

Al ingresar a un taller de joyas, es posible ver a los joyeros sentados en bancos de madera, donde elaboran la mayor parte de su trabajo. Sobre estos bancos se encuentran herramientas de diversos tipos como alicates, pinzas, un soplete de boca, limas, lijas, brocas, arco-sierra, micro-motor para perforar el metal, frascos que contienen agua y ácidos para limpiar los metales trabajados, como también algunas joyas semi-terminadas. Estos bancos poseen una teca de madera donde los maestros apoyan las piezas para calar o limar, también sobre su cubierta se encuentra un ladrillo refractario sobre el cual se colocan las piezas para soldarlas, bajo la teca se extiende una bandeja en la cual cae el metal hecho limadura (polvo de metal), para recuperarlo.

En plena jornada productiva es posible escuchar martilleos, sopletes, el ruido de un motor de laminador, sierras cortando chapas de metal, entre otras sonoridades que son parte de la faena diaria de un taller de joyas. Por lo general, el joyero pasa gran parte de su tiempo inclinado en el banco de trabajo con la visera¹⁶ en su cabeza para agudizar la vista, la cual se ha desgastado con los vastos años de trabajo.

¹⁶ Lentes con aumento tipo lupa que se coloca en la cabeza como una visera.



Ilustración 7: Un Taller del Portal Fernández Concha.



Ilustración 8: Una aprendiz y un joyero realizando distintos trabajos dentro de un taller en Providencia.

Cuando los joyeros inician la confección de una joya deben pesar el metal que necesitan utilizar, sobre todo cuando se trata de oro amarillo, blanco o platino, estos se pasan por un imán para limpiarlo del algún elemento ferroso. Después de esto, el joyero se dirige al área de fundición, donde el metal es depositado en un crisol de cerámica para que el maestro funda el material. Esto es posible, por medio de un soplete que lanza una llama creada por la fusión del gas licuado y el oxígeno. Este último, dota de mayor potencia y grado calórico a la llama. Cuando el metal queda en un estado líquido éste es vaciado sobre la lingotera de hierro, ahí el metal se solidifica y puede pasar a la etapa del laminado.



Ilustración 9: Crisoles y lingoteras de una fundición.

El vaciado en la lingotera ofrece varias opciones en cuanto a las medidas, pero son dos posibilidades para su manufactura, chapa o alambre. Este material que debe ser estirado por medio del laminador, acá el metal es dejado al tamaño y al espesor que se necesita. Cuando esto se logra, el joyero toma el metal reparado para continuar trabajándolo en el banco hasta conseguir la pieza deseada.



Ilustración 10: Joyero limando una pieza sobre la teca de su banco de trabajo y con la visera en la frente.

Una vez que el joyero consigue la pieza en bruto, esta es limada y lijada sobre la teca del banco hasta conseguir que la pieza no tenga rayas ni poros. Luego, el joyero debe pulir y brillar la pieza en un motor denominado pulidor, el cual fue descrito anteriormente. Una vez que los ennegrecidos dedos del joyero- debido a la pasta de pulido- sacan una pieza brillante, es posible hablar de la terminación de la joya. Finalmente, la pieza es lavada en agua caliente con Quik (jabón de losa) pasándole un cepillo de dientes viejo o una escobilla de pelos blanda para no rayar la pieza. Esta última, es secada con papel confort o aserrín para que no se manche con el agua.

Cuando se inicia la jornada en un taller de joyas, una de las tareas importantes es comenzar barriendo el piso. Quizás esto no tiene relevancia para el lector, no obstante para un taller es primordial, ya que toda área de trabajo debe ser barrida y limpiada. Estas barridas permiten clasificar dos tipos de basura: la común y corriente, y la que está compuesta por el polvo de

los metales trabajados, es decir este taller cuenta con un bote para la basura corriente y otro para la basura que va al refinado (lijas, polvo, trapos, entre otros). Esta última, puede ser recuperada por medio de un proceso químico como metal fino (oro, plata, paladio), para poder ser trabajado nuevamente. Las barridas han sido parte de una tradición para los joyeros, pues muchas veces ha representado a fin de año un porcentaje importante de su ingreso. También algunos baños se encuentran adaptados para recuperar metal, el lavamanos puede tener un sifón especial, que permite captar el metal cuando los maestros lavan las piezas o se lavan sus manos. En definitiva, un taller de joyas debe estar adaptado para la recuperación de la pérdida del metal trabajado. En el año 2012, el taller recuperó 74 gr. de oro fino (equivalentes a \$1.850.000), 4 gr. de paladio (\$64.000) y 640 gr de plata fina (equivalentes a \$384.000). Es evidente que las recuperaciones que se lograban en décadas anteriores eran mucho mayores sobre todo en oro, paladio y platino. No cabe duda que la recuperación de metales puede ser un tema interesante para una antropología económica más especializada.

El joyero pasa gran parte de su tiempo sentado frente al banco de trabajo, a no ser de que se encuentre preparando material (fundir, laminado o hilado) o deba ir a grabar, o rodinar¹⁷ un anillo, comprar metal, piedras, mosquetones o cadenas hechas a máquina, al centro de Santiago (por ejemplo, Galería Nilo y Mayo). El joyero puede detener su faena por la llegada de algún cliente, puesto que debe atenderlo y entender lo que necesita, esta atención al cliente puede durar varios minutos, a veces una hora, lo cual, según los joyeros puede ser más agotador que el mismo trabajo. En el caso de este taller las clientelas están compuestas por personas particulares y joyerías. De vez en cuando llegan clientes por datos de los mismos guardias del caracol con la intención de soldar una cadena o agrandar sus argollas de matrimonio, entre otros arreglos y prácticas que analizaremos más adelante.

Al llegar la instancia de fundir algunos de los metales mencionados, más aun si se suma la limadura de estos metales (metal en forma de polvo), el aire se torna un poco denso y

¹⁷ El rodinado es un baño de rodio, un proceso electrolítico que se les aplica a las joyas de oro blanco para que mantengan un brillo de mayor duración, el metal que permite este brillo es el rodio. Pocos talleres cuentan con maquinas de rodio, por lo tanto muchos joyeros deben recurrir a talleres dedicados al rodinado. En pocas palabras el rodio es un proceso de embellecimiento y terminación de una joya fina.

pesado, por lo que generalmente los maestros deben salir un momento hasta que se despeje y salga el humo provocado por la fundición. Siempre es conveniente que los talleres tengan algún sistema de ventilación para ir renovando el aire, sobre todo después de estos eventos. En general, en el día pueden realizarse unas 3 fundiciones promedio; las fundiciones más grandes que presencié fueron las realizadas a una compra venta de metales, donde una o dos veces al mes se pueden fundir un par de kilos de oro. Joyas que alguna vez fueron patrimonio familiar y que muchas veces por apremios económicos fueron vendidas como metal, es decir, las joyas pasaron a ser una mercancía, las cuales probablemente circularán como metal en un mercado extranjero como Dubái, país donde será forjado nuevamente como joyas debido a la gran demanda que existe sobre estos objetos.

En ocasiones es posible percatar actos de reciprocidad entre talleres de la misma galería, ya que se pueden apoyar cuando uno de estos no cuenta con alguna herramienta en particular o quedó sin oxígeno para fundir un trabajo urgente. También el conocimiento es un elemento de interrelación, ya que joyeros menos experimentados deben consultar cuestiones técnicas a otros talleres de mayor pericia en el oficio.

Cuando se realizan reparaciones de joyas antiguas que tienen mucho uso y a éstas se les aplica fuego, es muy probable que el olor que emane esa joya no sea el más grato debido al aceite o grasa humana que puede tener una joya muy usada. En este taller, en específico, cuando se va dar un golpe que puede generar un fuerte ruido es necesario dar un aviso de que se va a golpear, con el fin de no perturbar la concentración los otros maestros en su trabajo.

Un dato interesante en cuanto al sistema de creencias de los joyeros tiene que ver que cuando estos llegan a contraer matrimonio sus argollas jamás deben ser confeccionadas por ellos, sino que por otros joyeros. De lo contrario, dicho matrimonio estará condenado a disolverse. Más allá que esto sea cierto o que todos los joyeros eviten confeccionar sus argollas, lo concreto es que prefieren no contradecir la superstición.

A continuación, se presentará una descripción etnográfica sobre la infraestructura de una, aunque no será posible mencionar todas y cada una de las herramientas que componen un

taller. Por ello, he seleccionado a las maquinarias y herramientas que los joyeros estimaron importantes en cuanto a sus funciones dentro del proceso productivo.

Maquinarias.

Laminador eléctrico.

Este consiste en un motor que permite mover dos rodillos de acero, por medio de una polea. El espacio que existe entre estos rodillos permite introducir el metal que será laminado con múltiples pasadas entre los rodillos que son regulados constantemente cada vez que pasa el metal.



Ilustración 11: joyero laminando en un laminador eléctrico.



Ilustración 12: A la izquierda un laminador manual y otro eléctrico (lado derecho)

Motor con flexible y pedal.

Esta herramienta permite al joyero perforar, lijar, entre otras técnicas de precisión, pues el flexible permite interactuar con las piezas en forma de lápiz y el pedal permite controlar la precisión del trabajo con las piezas.

Pulidor.

Motor montado dentro de una caja de madera (60x40x50cm.), la cual posee dos perforaciones con manga para que el maestro introduzca las manos al pulidor. Dicho motor posee un cono metálico con hilo para atornillar los distintos paños. Estos giran a gran velocidad, lo que permite darle el brillo final a las joyas.



Ilustración 13: Pulidor para brillar las joyas.



Ilustración 14: Pesa digital de joyería dentro de una estructura de vidrio, para protegese de las partículas de material y polvo que hay en el taller, evitando que se descalibre.

El joyero trabaja gran parte de su tiempo sentado frente a un banco de joyero, sobre este espacio es posible ver el ácido sulfúrico y agua para limpiar las piezas, ladrillo refractario, soplete de boca para soldar y una teca de madera acoplada al banco donde el joyero pone sus piezas para darle la forma. Igualmente, el banco tiene una bandeja que se abre (como un tipo cajón), donde cae toda la limadura o material (metales) que puede ser recuperado para nuevas piezas. Esto es, a grandes rasgos, la descripción de un banco de trabajo del joyero, lugar donde se elabora la forma de la joya hasta llegar a la terminación.

He intentado entregar una descripción etnográfica de los principales elementos que componen la dinámica de un taller de joyas. A su vez, los datos etnográficos continuarán apareciendo a lo largo de este trabajo con el fin de proporcionar una mayor consistencia a la investigación.

En base a los antecedentes entregados en los capítulos anteriores presentaré un resumen descriptivo de los distintos joyeros en sus propios contextos históricos, estableciendo sus semejanzas y diferencias en su cultura material, técnicas y funcionalidad social.

Resumen descriptivo de los joyeros en distintos contextos históricos.

Conforme a los antecedentes recopilados, los joyeros han estado presentes en distintas épocas de la humanidad, lo cual permite establecer no sólo la importancia simbólica que ejercieron en sus propios contextos culturales, sino que además es posible determinar ciertos criterios que permiten comprender las diferencias y semejanzas en distintos aspectos culturales a lo largo de su desarrollo histórico. Los criterios que he utilizado para este cuadro comparativo son: herramientas, técnicas de trabajo, materia prima, tipo de objetos fabricados y a quienes van a utilizar dichos objetos. Estas características han permitido al joyero desarrollar y desempeñar su función simbólica de manera especializada conforme al contexto cultural en el que se encuentra.

Cuadro 1.

Joyeros	Herramientas principales	Técnicas principales de trabajo	Materia prima (metales)	Tipo de objetos	Destino de los objetos
Joyeros andinos	Cañuto, Martillo lítico, moldes, guayras, cera de abeja	Martillado, tumbaga y fundición por medio del soplo	Oro, plata, broce y cobre.	Pectorales, llamas de oro	Dinastía Inca
Joyeros mapuches (retrafes)	Fuelles, crisol, yunque, entre otras herramientas hechas a mano	Martillado, fundición, calado, grabado, entre otras	La plata	Adornos ceremoniales	Lonkos, caciques y las mujeres de estos
Joyeros medievales	Fuelles, Yunque, banco, martillo, crisol	Martillado, fundido grabado, engaste, calado,	Oro y plata	Joyas de ornamento corporal y objetos suntuarios decorativos y utilitarios	Realeza, aristocracia, comerciantes acaudalados, entre otros.
Joyeros actuales de Santiago	Laminador eléctrico, pulidor, sistema de fundición con oxígeno, banco de trabajo	Fundido, laminado, calado, engaste, pulido.	Oro (amarillo, blanco y rosado), platino, paladio y plata.	Joyas de ornamento corporal	Preferentemente a sectores altos y medios. Con menos frecuencia Los sectores de menos recursos

Cuadro 1: la información del cuadro fue obtenida de las referencias bibliográficas y el trabajo etnográfico.

Este cuadro ha clasificado cuatro tipos de joyeros, de acuerdo a sus épocas y contextos culturales.

Los primeros dos aspectos a describir tienen que ver con su cultura material (herramientas del oficio) y las técnicas utilizadas. Las herramientas estarán delimitadas por los instrumentos que se utilizaron para fundir y forjar el metal. Tanto en los joyeros andinos, mapuches y medievales, el control y la presión del aire era fundamental para conseguir el punto de fusión del metal. En cuanto a la forma de la pieza podrá conseguirse por medio del martillado o con moldes de cera perdida. Por su parte, el joyero moderno gran parte del

siglo XX utilizó la fundición por fuelle. Fue para principios de 1970 (aproximadamente) que comenzó a introducirse un sistema de gas con presión de aire suministrada por un galón de oxígeno, acelerando significativamente la fusión del metal. Este ha podido ser forjado y laminado primeramente por un laminador manual, el cual fue desplazado, aunque no completamente, por el laminador eléctrico.

El otro aspecto es la materia prima, dentro de los metales que se destacan es el cobre, el oro, el bronce y la plata, siendo en la cultura mapuche la plata la principal materia prima. En el caso del joyero moderno el oro, el platino, el paladio y la plata han sido los metales predilectos en la actualidad.

Los otros dos últimos ítems se refieren a las piezas que elaboraban los joyeros y el destino que esos objetos tenían. Sobre los tipos de objetos que se fabricaban tenía que ver con su forma de representar el mundo. En el caso de los incas y mapuches tenían iconos vinculados a la naturaleza y su cosmovisión particular, siendo objetos orientados a sectores de alto rango jerárquico (dinastía inca, caciques, lonkos y sus mujeres). El joyero medieval y moderno ha enfocado su producción a piezas de ornamento corporal. Aunque en el caso del joyero medieval también ha fabricado objetos como servicios, servilleteros y fruteros de plata entre otros, gran parte de su trabajo ha estado al servicio de la realeza y sector aristocrático. Para el joyero moderno los objetos principales son las joyas de diversos tipos, las cuales dependiendo de su valor estarán dirigidas a ciertos sectores sociales. Más adelante será posible detallar de mejor manera al joyero moderno y sus productos.

En el siguiente capítulo, me referiré a los elementos simbólicos que son parte de un amplio y complejo imaginario, que se construye en esta relación dialéctica entre el oficio del joyero, las joyas y lo social.

VII. LA CONSTRUCCIÓN DEL IMAGINARIO SOCIAL DEL JOYERO.

Los joyeros: un conocimiento socialmente construido.

Como ya he mencionado en el comienzo de esta investigación, la categoría “joyero” se ha utilizado debido a la identificación que existe entre los maestros dedicados a este oficio. Por su parte, la categoría “orfebre” no es tan apropiada socialmente para la realidad a la cual intento referirme, ya que no hay una clara adherencia de parte de los que practican este oficio. En este sentido, hay una construcción histórica e internalizada que lleva a los joyeros a denominarse como tales. Por lo tanto, utilizar esta categoría no es una decisión arbitraria, sólo me remito a lo expresado por los informantes y lo que he percibido en el trabajo de campo.

“Siempre escuché hablar de joyeros y no de orfebres. Los orfebres eran los artesanos o los hippies que trabajaban cosas más artesanales con bronce, alpaca, plata o cobre. En el rubro todos se dicen joyeros y yo también digo que trabajo de joyero” (Juan Alfaro, joyero de Santiago).

El conocimiento y aprendizaje de un joyero tiene su fundamento dentro de un taller, pues este proporciona el espacio propicio para adquirir las habilidades y técnicas que un joyero necesita para desenvolverse como tal. Aunque este no puede ser joyero sin haber sido aprendiz. En este sentido, creo que es válido entender el taller *“como un espacio productivo en que las personas tratan las cuestiones de autoridad en relaciones cara a cara...no solamente atañe a quien manda o a quien obedece en el trabajo, sino que también a las habilidades como fuentes de legitimidad del mando o de la dignidad de la obediencia”* (Sannett ,2010: 73). El maestro joyero detenta la habilidad y la técnica, lo legitima su autoridad frente al aprendiz, el cual tiene un largo camino que recorrer para formarse dentro de este oficio.

Son distintas las vías que conducían a las personas a integrarse a este oficio y es posible encontrar distintas versiones, pero una de las más frecuentes era la incorporación por vía familiar. Es decir, el joyero de familia reflejaba uno de los principales mecanismos en cómo

se estaban formando los joyeros de Santiago. Sobre esto, los maestros comentan lo siguiente:

“Mi hermano mayor era joyero y ganaba caleta de plata. Él se llevaba pega para la casa y a veces lo ayudábamos con mis otros hermanos, después salí de cuarto medio y me dijo si quería ganar plata, él me podía encontrar pega en otro taller, pero tenía que aprender de abajo. Yo fui junior primero y así fui aprendiendo con otros maestros y después mi hermano me dio pega cuando se independizó” (Juan Alfaro, joyero de Santiago).

Ciertamente, la familia fue un mecanismo importante en incorporar a algunos de sus miembros al oficio. Sobre esto se refiere uno de nuestros informantes:

“Se me hizo más fácil porque yo a los trece, catorce años cuando empecé a necesitar mi plata iba al colegio y le empecé ayudar a mi papa, cuando tenía tiempo ahí el me daba mi moneditas. Le ayudaba hacer chiches de plata, hacia herradura, espuela, guitarras, sombrero huaso, bien chicos para ponerlos en las pulseras. Mi papa se especializó en eso y yo le ayudaba armar esas cosas, al principio empecé equivocándome pero de a poquito le fui tomando el ritmo. Me decía -estriame este alambre- el enseñó a usar el pie de metro, el laminador y soldar” (Arturo Reyes, joyero de Santiago).

“Primero fui autodidacta haciendo broches de carteras, de lo cual mi madre al ver los resultados me llevó donde un tío que era joyero, y ahí me quede pegado. Esos fueron mis inicios de joyería, ahí empecé trabajando como ayudante de taller, pulidor; tenía un tío bien estricto que ponía detrás de los maestros me decía mira: lo que están haciendo y después me llamaba y me decía lo viste, entonces hazlo. Tenía que hacerlo estaba obligado y presionado. Pero como me gustaba yo lo hacía. Yo desde chico pensaba hacer cosas pequeñas como aros, anillos” (Eduardo Maripanguí, joyero de Santiago).

Años atrás, el aprendiz de joyero podía ser integrado a un taller cuando algún familiar era joyero. Pues el factor “confianza” estaba directamente relacionado con el factor familiar. Esto se debe a la materia prima que se utiliza dentro de un taller, ya que es fácil echar mano a un par de gramos de oro sin que esto sea percibido. Un familiar generaba un ambiente

más seguro. Además, los maestros eran muy celosos con su trabajo y conocimiento, de modo que el hecho de incluir un familiar facilitaba las relaciones. Las técnicas de la joyería, en general, fueron transmitidas por algún integrante del núcleo familiar, y aunque esto en la actualidad ha cambiado, continúan siendo las técnicas un patrimonio-acervo de los maestros con mayor antigüedad en la joyería.

Cuando se necesitan joyeros o aprendices los anuncios no están publicados en los periódicos, sino que dicha información circula entre familiares, conocidos del área y, en ocasiones, aparece algún anuncio informal pegado en la vitrina de un local en la galería de los joyeros. Así, la confianza y la recomendación son fundamentales en este rubro. Estamos frente a un oficio que ha sido celoso en difundir su conocimiento, aunque el número de joyeros ha aumentado en comparación a 40 años atrás. Los maestros de joyería se han caracterizado, históricamente, en guardar celosamente sus conocimientos, ya que compartirlos significaba poner en riesgo su labor frente a hábiles aprendices. Esta es una de las razones por las que este conocimiento fue compartido, principalmente, entre las familias de los mismos joyeros.

“Te daban un paso no más y el otro te lo quitaban, en ese tiempo era muy egoísta la joyería, en lo posible cuidaban su trabajo, no habían maestros, no daban clases, no hacían nada, costaba un mundo. La forma que enseñaban antiguamente era pararse de tras de un maestro y mirar. El que miraba y aprendía servía y el que no fuera, porque era la forma en que se aprendía. Te daban unos pasos, te podía decir toma la lima de esta forma, pero era muy poco, no era como para que uno se sintiera apoyado. Y el tío que yo tenía que era joyero, era un tipo exigente, no solamente conmigo sino que también con toda la gente que tenía a cargo, incluso sus hijos que trabajan conmigo. Bueno al final me dio resultado” (Eduardo Maripangui, joyero de Santiago).

Las dificultades que debían sortear los aprendices para adquirir las técnicas del oficio debían ser resueltas de alguna manera. La observación era una herramienta fundamental en adquirir la técnica, igualmente, había que internalizar los sonidos que emitían ciertas herramientas cuando eran correctamente utilizadas. Al limar o calar con la sierra una

lámina de metal se emiten ciertos sonidos, que delatan el buen o mal uso de una herramienta.

El conocimiento de este oficio fue adquirido, principalmente, por medio del trabajo que se desarrollaba en los talleres o fábricas de joyerías, posteriormente surgieron algunas escuelas de joyerías, las cuales han ampliado este conocimiento.

Existe un conocimiento técnico que se ha transmitido de generación a generación. Parte de estos conocimientos tienen su base en las prácticas ancestrales con los metales, como la utilización de metales preciosos, sus aleaciones, los procesos de fundición y su laminado. Dichos elementos se encuentran presentes dentro de la dinámica de un taller moderno, obviamente con las diferencias pertinentes de la época, las cuales pueden evidenciarse en mejores aleaciones en los metales preciosos para su manufactura, procesos de fundición efectivos y eficientes, y laminados del metal por medio de un laminador eléctrico.

Unos de los primeros trabajos que debe realizar un aprendiz de joyero son las barridas del taller, diferenciando la basura común de la basura con metal. Otro de los pasos es la preparación de material, lo que implica fundir y laminar el metal para que los maestros puedan fabricar sus piezas. Así mismo, el pulido será una de sus funciones en la parte de terminación final de una joya. Sobre esto señalan:

Como era ayudante, primero me enseñaron a laminar y preparar metales, después empecé hacer estampado, los chiches los estampábamos, pero siempre trabajando en los bancos, haciendo piezas para ir aprendiendo, después pasé de lleno al banco, donde aprendí primero hacer chiches, o sea figuras, después de ahí me cambié de taller para aprender otras cosas, porque la verdad me estaba quedando pegado en chiches. Entonces me cambié de taller y fui aprendiendo, mirando y aprendiendo, porque no era tan fácil que te enseñaran uno tenía que mirar y después saber hacerlos. Las cadenas, yo tuve que ver como las hacían y después las fabricaba solo. (Eduardo Maripanguí, joyero de Santiago)

“Yo hacía el aseo, me mandaban a hacer trámites, ordenaba las herramientas en las tardes antes de irme y a la vez iba mirando a los maestros para aprender. Primero que

nada me enseñaron a fundir a usar el oxígeno, en ese tiempo yo tenía que lavarme las manos, porque la grasa puede producir explosión. Yo después de aprender a fundir, preparaba los materiales, los joyeros que me enseñaron a mí, no me decía hace este anillo, sino hace esta pieza hablaban de pieza, le llamaban a la joya de calidad” (Juan Alfaro, joyero de Santiago).

Uno de los principios básico en la formación de un joyero es la preparación del material, ya que en esta etapa, es posible determinar la cantidad de material que se debe utilizar para fabricar una cierta cantidad de piezas. Además de la forma y medida en que el material debe ser laminado para su posterior transformación en el banco.

Secuencia que muestra parte de la preparación del material: fundición y laminado.



Ilustración 15: Vaciando el metal fundido en la lingotera.



Ilustración 16: laminado de una chapa de plata.



Ilustración 17: Midiendo con el pie de metro el espesor de la lámina que se necesita.

Uno de los conocimientos propios del joyero es identificar una pieza auténtica de oro o metales nobles, por medio del tacto y la observación. En el caso de una pieza de oro, es posible identificarla por el peso que puede sentir la mano al sostener la pieza. Igualmente, la plata tiene su peso específico en comparación a un objeto de fantasía, ya que este último es de menor peso. La observación sobre la pieza es decisiva, pues son las uniones o algún otro detalle que puede indicar que la pieza fue hecha mano. De esta manera, es posible deducir si se trata de un metal noble, que haya sido elaborado por algún joyero. Sin duda, que el método infalible para verificar un metal es la prueba de ácido. Me parece interesante destacar como estos métodos, que tienen que ver con la experiencia del joyero, van revelando su agudeza en el conocimiento de los metales. Esta forma de verificación será tratada más adelante (ver en el sub-capítulo 3 de este capítulo).

El joyero debe comprender ciertos patrones estéticos y funcionales de una joya. Por ejemplo, un aro no puede sobrepasar los 10 gr para la oreja, puesto que se torna incómodo y puede ocasionar algún daño en la oreja de la persona. Otro conocimiento importante que debe adquirir el joyero es mantener las proporciones y terminaciones de una joya. No es recomendable fabricar un colgante con puntas agudas, ya que puede pinchar la piel, igualmente un anillo muy delgado, puesto que se puede abollar al primer golpe. Estas son algunas pautas, que los joyeros tratan de seguir, ya que les permite un mayor empoderamiento en su oficio.

Para soldar una de las herramientas imprescindible es el soplete, el cual puede ser de boca (véase imagen 19) o con una válvula de presión. El primero es más antiguo y su llama funciona en base al soplido que el joyero ejerce de su boca. El segundo regula su llama gracias a una válvula de presión, es un sistema moderno, pero que no ha logrado desplazar completamente al soplete de boca, ya que con éste es posible controlar mejor la llama para soldar piezas pequeñas o reparaciones delicadas.

Soldando con el soplete de Boca.



Ilustración 18: utilizando un soplete de boca, donde la manguera que sopla el joyero permite controlar y precisar la llama que fusionará las piezas.



Ilustración 19: Joyero soldando alambre en aros de oro, con ayuda de una pinza de apriete o tercera mano

Secuencia que muestra parte de la fabricación de una clásica cadena grumett.



Ilustración 20: torciendo una cadena grumett de oro. Mientras un joyero gira la cadena el otro la tuerce con los alicates.



Ilustración 21: Torsión de la cadena por medio de los alicates.



Ilustración 22: la cadena se deja sobre un palo con goma laca. Esta se calienta con el soplete de boca para fijar la cadena sobre el palo, y así poder limarla.

Engaste.



Ilustración 23: Joyero -engastador tomando un brillante por medio de un buril con cera en la punta.



Ilustración 24: Joyero-engastador acomodando el brillante sobre el anillo de oro.



Ilustración 25: Autor lijando esclava de oro sobre una maseta de madera.

Cambios tecnológicos y productivos dentro del oficio.

Los talleres de Santiago han estado sujetos a algunos cambios a nivel tecnológico, siendo el caso más palpable el de la fundición. Por ejemplo, el soplar un cañuto fue una de las primeras técnicas para fundir. Luego, los españoles introdujeron el fuelle, el cual fundía por medio de una bomba de aire dispuesta en el suelo para ser bombeada con el pie, esto generaba la presión que le daba fuerza al fuego que salía del galón de gas. Estos dos sistemas de fundición tenían un lento proceso, lo que implicaba un mayor tiempo para conseguir un metal fundido. En cambio, la fundición actual es en base a un soplete en el que circula gas y oxígeno, lo cual permite que los tiempos de fusión sean bastante rápidos. Por ejemplo, unos 10 gramos de oro pueden fundirse en un minuto. También, es interesante señalar que el soplete de boca, el cual se encuentra presente en algunos talleres, evoca técnicas ancestrales similares a lo del soplido con el cañuto.

En cuanto al proceso de laminación, hay que remontarse a los orígenes de la joyería, donde la laminación era conseguida por medio del martillado, esto permitía conseguir una superficie plana (en forma de plancha) del metal; esta etapa era lenta y requería de mucho desgaste físico. Ya en tiempos modernos este proceso se resolvió con un laminador manual, el cual requería también de fuerza física pero en menor medida, ya que la máquina aumentaba la fuerza aplicada, siendo este un proceso lento, dependiendo de la cantidad de metal que se laminaba.

Actualmente, es el laminador eléctrico el que predomina en los talleres de Santiago. Este no requiere del uso de la fuerza física, más bien depende de la destreza del joyero que debe ir acomodando la pieza e ir guiándola para obtener una buena superficie del metal.

Lo que he mencionado anteriormente, han sido algunos de los principales cambios en la infraestructura de un taller moderno. Dicha implementación mejoró procesos productivos de un taller. De igual manera, es posible mencionar algunos otros cambios, como la introducción de los micro-motores para perforar las piezas, ya que antiguamente se utilizaba un taladro egipcio (taladro manual). También está la llegada de las pesas digitales y de herramientas de mayor precisión.

Otro de los cambios que han afectado a este oficio ha sido el precio del oro. Este metal (hace cinco décadas atrás) permitió fortalecer el oficio, debido a la alta demanda de joyas de oro que fueron producidas por las llamadas fábricas de joyas, las cuales contaban con un gran número de joyeros. Esto también se reflejaba en la sociedad Santiaguina, puesto que las personas tenían un mayor interés en portar prendas de oro, sin mencionar que el robo no representaba una amenaza significativa para que las personas dejaran de utilizar este tipo de joyas.

“Yo veía a gente con gargantilla de oro, por ejemplo cuando yo iba a la cancha yo veía a todos con su gargantilla de oro, pero ahora es caro y la gente tiene miedo. La mujeres ya

no tiene muchas cosas de oro sino de fantasía, antes igual robaban pero no tanto” (Juan Alfaro, joyero de Santiago).

Cuando el oro comenzó a elevar su precio los joyeros comenzaron a tener dificultades en obtener su principal materia prima, las grandes cantidades de oro que se trabajaban comenzaron a disminuir abruptamente, así también las ganancias de los joyeros acostumbrados a obtener buenos dividendos del oro. Actualmente, algunos talleres de Santiago trabajan en promedio unos 100 a 300 gramos anuales, a diferencia de dos kilos mensuales que podían manufacturar un taller de joyas hace unos 40 años atrás. La baja demanda de joyas de oro condujo a complementar en algunos talleres la fabricación de objetos de plata, con el fin de ampliar y acaparar el gusto de otro público.

Sobre los trabajos tradicionales que realizaban los joyeros de Santiago, se distinguen las cadenas grumett, las cuales fueron fabricadas a niveles industriales en los talleres de Santiago. Este tipo de cadenas eran fabricadas principalmente en oro, hechas a mano, cuyo uso podía ser en pulseras y gargantillas.

“La joya que más se hacía antes era la pulsera grumett para mujer de oro rosado. Si el oro rosado era muy bonito antes. El anillo pistilo también se veía harto, el que era para poner perlas, también se hacían cantidades, el otro que se hacía era el aro bolita también se hacían cantidades. Los chiches, eso sí que nunca hice chiches yo, no te podría explicar como lo hacían, yo los hago calándolos no más y pasándole la lima” (Juan Alfaro, Joyero de Santiago).

“Antiguamente, se pedían todo lo que era chiche de animales, ballenas, elefantes, ardilla, una gran cantidad de chiches. Antiguamente, era un lujo las pulseras llenas de figuras, también podía ser flores, copihues, una variedad de chiches inimaginables, de plata y oro. Creo que una de las más grandes productoras de chiches fue Guevara. El chiche estaba de moda porque era un campanilleo en la mano, o sea que se notaba riqueza en la mano con el campanilleo, también se los colgaban en cadenas, pero era más en pulsera. Esto estaba más orientado para las mujeres. El hombre utilizaba más los anillos de sellos con el rubí

rojo o sus iniciales, en ese tiempo era la moda. También estaban las colleras, esas sí que se hacían bastantes junto con las cadenas. Unos de los chiches más característicos en Chile fue el copihue y el huaso” (Eduardo Maripangui, joyero de Santiago).

Aparte de las cadenas grumett, el clásico anillo pistilo y el aro bolita hecho en oro, se suma la alta producción de chiches, los cuales se fabricaban por cantidades. Según algunos informantes, el uso de los chiches tenían la finalidad de exhibir una muñeca bien adornada, proporcionando, además, una sonoridad producida por el incesante contacto que se produce entre los chiches. Esto representaba para la mujer, una forma de distinguirse y sobresalir por medio de su joya, dando cuenta de la posesión material de la persona que porta el objeto, dicho en otras palabras *“que no se notara pobreza”* (Eduardo Maripangui, joyero de Santiago).

Es casi unánime la percepción de los joyeros sobre el interés que tienen las personas, en portar más de una joya y que estas sobresalieran por su tamaño. En este sentido, collares y pulseras proporcionaban una importante visibilidad en el cuerpo, por ello tenían una gran demanda.

“Antiguamente, se usaba mucho el collar y la pulsera. Hoy día el collar y la pulsera han desaparecido prácticamente. Hoy día la gente se limita a algún tipo de colgante, pero fundamentalmente a los anillos y a los aros, porque la gente se ha puesto más práctica y menos ostentosa, y además el uso de joyas se ha restringido mucho por la delincuencia. El colgante, el aro, la pulsera es muy fácil de quitar y es muy visible. Entonces es presa fácil para los delincuentes y desgraciadamente tenemos mucha delincuencia. El anillo es el número uno, después los aros, después algún tipo de colgantito” (Juan Alfaro, joyero de Santiago).

La revista del joyero también entrega información sobre la dificultad que existe en lucir joyas.

“En las costumbres europeas abundan los momentos y espacios para lucir joyas: en la calle, en restaurantes al aire libre, en espectáculos deportivos, en teatros y conciertos.

Aquí por un explicable temor a los asaltos y robos, el lucimiento de joyas y piedras finas queda reducido a las reuniones del hogar. Esto también afecta al mercado en su sufrimiento” (Revista de la asociación de joyeros, 1991:7).

Actualmente, el collar y las pulseras ostentosas, sobre todo de oro, han tendido a desaparecer. El robo en nuestra sociedad ha provocado que el uso de joyas sea cauto y moderado, siendo el anillo el objeto de uso principal en el cotidiano de la gente actual. En conclusión, antiguamente, el uso de joyas de oro estaba más popularizado. Sin duda, tenía un carácter menos suntuario que ahora.

A continuación, se muestran imágenes de dos prendas de oro antiguas de gran exuberancia y ostentación, las cuales llegaron a una compra-ventas de oro para luego ser fundidas.



Ilustración 26: pulsera de oro de 150 gr. Valor aproximado según el peso \$3 millones

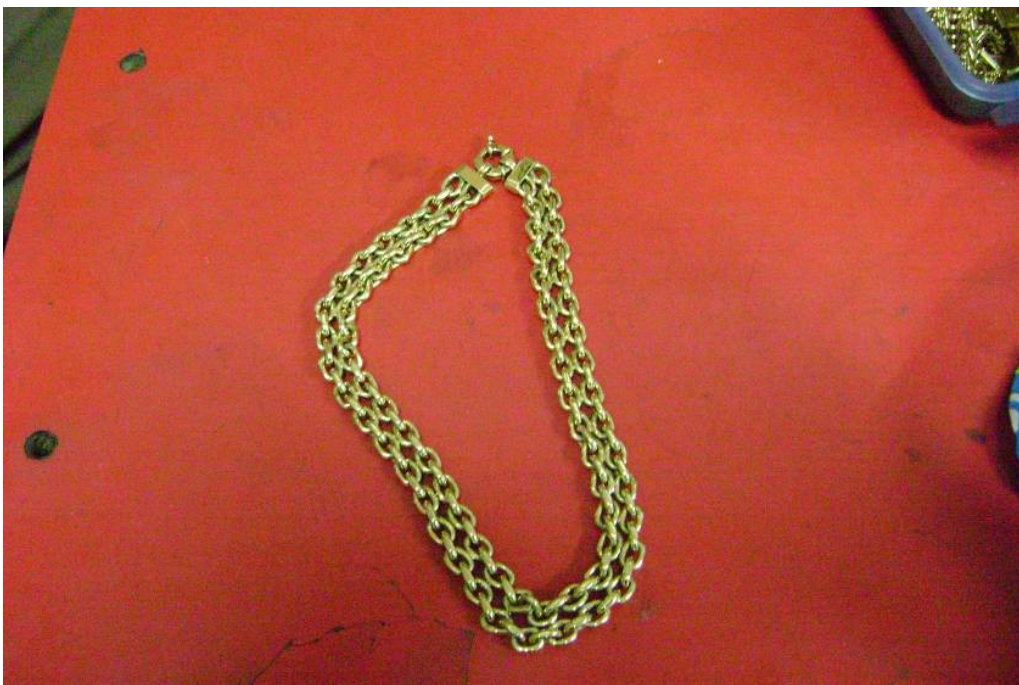


Ilustración 27: Cadena de oro de 70 gr. Valor aproximado según el peso \$1400.000

Antiguamente, según los joyeros, estas dos piezas de oro ilustraban la manera ostentosa en que se utilizaban las joyas de oro. Sin embargo, ahora es un riesgo, ni siquiera se justifica en un contexto privado especial. Son objetos que tienden a lo obsoleto en términos de uso, pues ya nadie es capaz de portar tanto oro en el día a día.

Por otra parte, hay que mencionar la alta producción de joyas que hacían referencia a imágenes e iconos religiosos, como cruces, denarios, rosarios, medallas con santos. Según comentan los joyeros, había una alta demanda de este tipo de objetos respondiendo a prácticas sociales referidas a bautizo, primeras comuniones o confirmaciones. De manera que, a diferencia de ahora, existía una alta tendencia en portar joyas que hiciesen alusión a la religión católica. El joyero y su oficio contribuían a distinguir, por medio de las joyas, las tendencias religiosas que predominaban en Santiago, principalmente aludiendo a símbolos de la religión católica.

Algunos aspectos técnicos y económicos sobre los metales.

Para comprender mejor este oficio, es necesario referirse a ciertos aspectos técnicos y económicos de los metales, ya que así es posible entender la calidad de una joya y el valor monetario en gramos.

El oro es considerado uno de los metales más maleables para ser trabajados, pero su estado puro resulta ser demasiado blando para utilizarlo. Para que este tenga mejor consistencia (dureza) y pueda ser convertido en una joya, es necesario alearlo o mezclarlo con cobre, plata o paladio, dependiendo la tonalidad que se necesite. De esto se obtiene el oro amarillo¹⁸, rosado¹⁹, blanco²⁰, entre otras tonalidades menos tradicionales que prácticamente no son utilizadas por nuestros joyeros.

El oro en estado puro se conoce como oro fino. Esto, en una terminología más técnica, puede expresarse en milésimas o quilates, siendo estos dos términos unidades de medida que indican la ley del metal. Para ser más claro y específico, el oro fino tiene una ley de 1000 milésimas o de 24 quilates, esta última es con la que se está más familiarizado.

Los joyeros de Santiago utilizan la unidad de quilates, con una ley ideal de 18 quilates (18k.)²¹ para trabajar el metal. Esto significa que de 24 partes, 18 son de oro fino y las 6 restantes son de aleación (relación 3*1, por 3 gr. de oro fino 1gr. es liga²²). Para expresar los 18 quilates en milésimas -unidad más precisa y clara- quiere decir, que es oro de 750 milésimas, ya que contiene 750 partes de oro fino y 250 partes de liga. Todo oro que sea menor de 18 quilates es catalogado como un metal de baja ley, aunque aparentemente las

¹⁸ Técnicamente la aleación del oro amarillo de 18k., está en una relación 3*1 (tres de oro fino por uno liga), es decir que un 0,333 del total del metal de 24k. corresponde a la aleación, la cual está constituida por 0,23 de plata fina y 0,10 de cobre. En resumidas cuentas para obtener oro amarillo debe haber un mayor porcentaje de plata fina en la aleación con respecto al cobre.

¹⁹ La aleación del oro rosado es de 0.333, la cual es puro cobre.

²⁰ En el oro blanco también la liga o aleación es de 0.333 la cual corresponde solamente a paladio, es decir es una aleación de oro con paladio en una relación 3:1.

²¹ Entendamos la k como la letra que hace referencia a los quilates. 18k. es la marca que se deja en las joyas de oro de 18 quilates, por lo general se marca en un sector no involucre la fachada de la joya. En los anillo, por ejemplo, se marcan en su interior.

²² Término utilizado para referirse a metales que van a alear con un metal fino, entre estos pueden ser el cobre, la plata, el paladio o el bronce.

diferencias no son tan visibles con el oro de 18 k., para el joyero son más palpables cuando es trabajado, ya que un oro bajo siempre es más duro y poroso. Además, tiene menor resistencia al fuego lo que significa que puede fundirse con mayor facilidad al soldar una pieza de oro bajo.

Para certificar autenticidad y la ley del oro en una joya, el método objetivo e infalible es por medio de los ácidos nítrico y clorhídrico.

Cuando se aplica una gota de nítrico sobre el metal a probar debe aparecer una mancha amarilla. Cuando no hay reacción no es oro o si hierbe y aparece un color verde, quiere decir que es cobre bañado en oro.

Si se aplica una gota de nítrico y luego de clorhídrico es porque se quiere conocer la ley del metal, si este muestra un color amarillo es de 18k.. Cuando es negro con un poco de amarillo es de 17k., en caso que aparezca un color café en el metal es porque este es de 14k.

Por otro lado, la plata al igual que el oro es un metal muy maleable y en su estado puro es blando. Su aleación se realiza habitualmente con cobre, adquiriendo una mayor dureza y resistencia. Sin embargo, se vuelve más oxidable debido a que con su uso el metal va perdiendo sus propiedades de color plata oscureciéndose en algunos casos.

El joyero de Santiago, habitualmente, trabaja la plata a una ley de 950 milésimas, es decir 950 partes de plata fina y 50 partes cobre. Esto se ve reflejado, cuando las piezas de plata tienen en alguna parte la marca 950.

Muchas veces los valores de los metales son un enigma para el común de la gente, por ello trataré de aclarar los valores que tienen estos metales en su estado puro. En el caso del oro, el valor del gramo de fino en el mercado es de \$25 mil. El gramo de 18 quilates tiene un valor de \$20 mil.

Para incluir el valor de la mano de obra, se hablará del valor del gramo de oro trabajado, cuyo valor es de unos \$30 mil. Esto quiere decir que si una joya pesa 3 gramos su valor será de unos \$90 mil (sin considerar el trabajo del engaste de piedras si es que tiene). Este valor

puede variar en mayor o menor medida dependiendo del tipo de trabajo y el tipo del cliente. Por su parte las joyerías pueden, fácilmente cobrar entre \$50 a \$60 mil el gramo de oro trabajado.

El precio del oro en el mercado local tiene siempre un sentido ascendente y casi nunca descendente, a pesar de que su valor en la bolsa internacional tienda a la baja. Hasta el momento, el oro en Chile puede mantener su precio por algunos meses, pero siempre ha tenido una tendencia a la alza. Para que se tenga una idea de esta línea ascendente del precio del oro fino, es posible observar que en el año 2009 su valor no sobrepasaba los \$18 mil, incrementando su precio cada año entre \$2 a \$3 mil hasta llegar a \$25 mil año 2012 sin aun haber terminado el año (considerando que al acercarse navidad su valor puede elevarse un poco más).

A diferencia del oro, el precio de la plata puede estar en alza o en baja, aunque en este caso estemos hablando de cifras mucho menores que el oro. Su valor en el año 2009 está a unos \$450, el siguiente año subió a \$500. Para el 2011 la plata alcanzó los \$690, bajando a \$580 el año 2012, aunque esté propenso a subir a medida que se acerque navidad y fin de año. El valor del gramo trabajado puede ser de \$1200 al por mayor o de \$2300 al detalle (por pieza). Muchas veces los trabajos en plata son valorizados según el tiempo que amerita fabricar la pieza.

Los precios más altos recaen sobre el platino, aunque su valor ha sido más o menos constante y ha estado entre los \$40 a \$45 mil entre los años 2009 al 2012. A continuación, se expondrá un gráfico sobre lo expuesto anteriormente en relación al valor de los metales en su estado puro (metales finos).



Ilustración 28: Gráfico de precios de los metales finos trabajados por los joyeros desde año 2009 al 2012. Estos datos son obtenidos de manera experiencial en el oficio.

Del gráfico es posible sostener que el precio del platino está en la cúspide del mercado, en tanto la plata se mantiene a un valor que aún no ha superado los \$800. Sin embargo, el precio del oro viene sobre una curva ascendente, la cual no tiene bajas en el mercado. De acuerdo a los precios que el oro viene mostrando cada vez se torna más difícil su adquisición, transformándose en un metal que cada año aumenta su nivel suntuario. El uso del oro como joya en Santiago se torna en un objeto cada vez más exclusivo a sectores de mayor capital económico.

Las diversas funciones que tiene el oro para la humanidad lo han convertido en un metal indispensable y altamente demandado en distintos ámbitos industriales, medicinales y comunicacionales. El oro tiene un rol más allá de lo suntuario y uno de sus aspectos utilitarios es que es el mejor superconductor electrónico del mundo. Debido a esto su utilización en aparatos celulares, computacionales, televisores, cámaras entre otros aparatos electrónicos de última tecnología. El alto consumo de este tipo de bienes compite a su vez con el antiguo acto de utilizar joyas. Ahora, el oro está al servicio de los avances tecnológicos de una sociedad que busca constantemente la modernidad.

En el siguiente punto trataré de describir de manera somera la historia que existe en torno a los metales que han trabajado los joyeros de Santiago. Y cómo estos han construido todo un imaginario e interpretaciones en torno a las características técnicas y uso de los metales, además de los cambios que estos han experimentado a causa de factores económicos y simbólicos.

Metales y joyeros.

Como se ha mencionado en el apartado anterior, el oro es la materia prima principal de este rubro. No es posible denominar joyero a alguien que no conozca con propiedad el trabajo con el oro. En Chile, de acuerdo a la información entregada por los joyeros más antiguos que he entrevistado, existe una costumbre instalada históricamente, en que el metal que trabajan los joyeros sea de 18k.. Muchos joyeros sostienen que cuando comenzaron a trabajar, ya estaba establecido dentro de los talleres que la ley del oro debía ser de 18k..

En países como Estados Unidos el oro es trabajado en 14 quilates. Se cree que una de las causas que llevó a trabajar un oro de menor pureza, fue debido a la crisis económica 1929. Cuando el oro es respaldado de una economía en crisis este metal es restringido. Por lo tanto la materia prima para las joyas también se vería disminuida, lo que condujo a trabajar piezas de oro de baja ley (14k.).

Por otro lado, el oro italiano puede ser de 18 o 14 quilates, pero utilizan una liga especial que hace muy difícil volver a trabajar el material. Además, las joyas italianas²³ son fabricadas en base a una tecnología que produce piezas en serie, las cuales se caracterizan por ser de bajo peso, lo que abarata los costos tanto en su producción como en su compra. A su vez, son joyas de corta vida, ya que al ser huecas son frágiles y repararlas puede poner en riesgo el total de la joya.

En definitiva, los joyeros de Santiago han trabajado históricamente el oro de 18k. y esta ha sido la tónica hasta el presente, casi como una costumbre instalada en los talleres. Esto

²³ Específicamente la joyería de importación italiana.

puede cambiar cuando se repara o se transforma una joya de 14k., utilizando la misma ley de la joya a intervenir. Por otro lado, debo aclarar, que no puedo poner las manos al fuego por todos los joyeros del país, dado que algunos dicen fabricar piezas de 18k., pero realmente poseen una más baja ley. Es por ello que la confianza con el joyero es vital en este tipo de asuntos.

A modo de recuerdo, hace unos 40 años atrás, los talleres o fábricas de joyas²⁴ podían llegar a trabajar uno a dos kilos de oro al mes. Esto habla de la gran demanda de joyas que existía en base a este metal. Panorama muy distinto es lo que sucede actualmente en los talleres de Santiago, ya que el promedio de trabajo de oro es del orden de unos 20 a 30 gr. promedio semanal. La mayoría de los joyeros entrevistados, sostienen que el oro antiguamente era de menor valor, por ende más asequible obtenerlo. Al mismo tiempo, las personas portaban joyas de oro, ya que la fantasía no acaparaba interés y el hurto de joyas, aun no representaba un impedimento para portar este tipo de objetos. En definitiva, el oro representa para el joyero su materia prima principal para la confección de joyas, como también, representa un respaldo económico para los momentos complejos de la joyería (crisis económicas).

“En ese tiempo era barato; era más accesible a la gente, la gente lo podía comprar. No es como ahora, que gastar 25 lucas en un gramo es mucho. Por ejemplo, era lo que equivale ahora a 12 lucas, el gramo de oro trabajado. El primer precio que yo me acuerdo que vendí un gramo trabajado, fueron como 2 mil pesos con material mío. Yo te hablo de hace unos treinta años atrás, que valdría a 800 pesos el gramo y después volvía a 2 mil. Siempre se doblaba el gramo. Era más fácil, porque la gente podía pagar esa plata. Era barato comparado como ahora” (Juan Alfaro, joyero de Santiago).

²⁴ Por mencionar los talleres de gran producción de joyas como los de Alfonso Raydet y Guevara.

Dentro de la historia de los joyeros de Santiago en relación a los metales, es posible distinguir la hegemonía que tuvo el oro rosado²⁵, como principal tonalidad para las joyas utilizadas hace unos 40 a 30 años atrás.

“En ese tiempo, el metal que tenía la supremacía era el oro 18 quilates rosado, porque el amarillo era exclusivo. Hace 30 años no se trabajaba como ahora. Cuando yo aprendí la mayoría de los joyeros conocían el oro 18 K. rosado, yo te hablo del 80%, el resto conocía el amarillo, era más top y los otros metales. El 80% de las joyerías era oro rosado en todas partes, en Santiago, para el norte y el sur.” (Juan Alfaro, joyero Santiago).

Una de las pruebas patentes sobre el uso del oro rosado es la que se puede observar en el joyero o alguna joya de oro que utiliza su madre o abuela. Estos objetos son verdaderos vestigios e indicadores de una joyería antigua que está menguada por las actuales hechuras de oro amarillo.

El uso del oro rosado fue declinando con el uso del oro amarillo, éste representaba un sentido más exclusivo, donde poco a poco, su interés se fue masificándose hasta instalarse en el sentido común del colectivo de cómo debe ser el color de una joya de oro.

A pesar de que las joyas de oro rosado no tengan la misma hegemonía de antaño, es posible ver algunas formas que permiten mantenerse como joya en el mercado. Una de estas ha sido su asociación con piedras sintéticas en el engaste. Por ejemplo un anillo de metal rosado perfectamente puede tener engastado un circón en vez de un brillante. Esto ha permitido joyas de menor costo, convirtiéndose así en una alternativa más amplia para las personas que no requieran de una joya tan lujosa. Por lo tanto, las joyas de oro rosado pasan de ser confecciones orientadas a un sector más popular, atendiendo el gusto de sectores con menor capacidad económica.

Actualmente, el oro rosado es manufacturado por los joyeros del centro de Santiago, pues aún es del gusto de algunas personas. Por ejemplo, por personas de la tercera edad y a veces

²⁵ En cuestiones más técnicas el oro rosado es obtenido por medio de una aleación de oro fino con cobre, es este último el que permite obtener dicha tonalidad, además para los joyeros el oro rosado es mucho más duro que el amarillo, permitiendo una mayor dureza a la joya, lo que significa una mayor duración sin deteriorarse durante su uso.

de provincia. Uno de los joyeros que han percibido el impacto de oro rosado declara que muchas veces es difícil confeccionar joyas de oro para los vecinos del barrio, puesto que al trabajar con oro amarillo, dichos vecinos miran con recelo la joya, como algo falso vinculado al bronce. En cambio, el oro rosado tiene una tonalidad a la cual los vecinos están más familiarizados.

Hoy en día, el joyero de Santiago se ha encargado de elaborar sus piezas de oro amarillo y a pesar de su mayor uso en la escena social actual, es muy difícil combinarlo con incrustaciones de piedras sintéticas. Más bien tendremos un oro amarillo combinado con piedras preciosas (rubies, brillantes, zafiros y esmeraldas), y en menor medida con semi-preciosas (ónix, amatista, topacio, entre otras).

El oro amarillo es la base de las actuales argollas matrimoniales, denarios, cadenas, entre otras hechuras modernas con este metal. El joyero percibe al oro amarillo como el mejor metal para trabajar. Si bien su demanda ha disminuido con respecto a varias décadas atrás debido a su alto precio en el mercado y el temor que causa portar oro en la vía pública. En este sentido, el oro blanco ha esquivado, de mejor manera esta problemática, debido a su color similar al de la plata.



Ilustración 29: Oro fino (24 quilates) 74 gr. producto del refinado de la basura del taller. Traducido en dinero \$ 1.875.000

Los joyeros consideran al oro blanco como una aleación que vino a ser una alternativa más económica al platino, además de su fácil manipulación en su producción. A principios de los 70', el joyero de Santiago trabajó joyas de oro blanco como piezas exclusivas, a diferencia de las joyas de oro rosado que tenían una producción masiva. Técnicamente el oro blanco es una aleación de oro fino de 24 quilates con paladio, su valoración en el mercado es mayor al amarillo y menor al platino.

Según los joyeros el oro blanco permite realizar buenas combinaciones estéticas con los brillantes, el zafiro y en menor medida con la esmeralda. Para que el oro blanco mantenga ese brillo plateado intenso, es preciso aplicarle un baño de rodio, así es posible denominarla joya fina.

Por otro lado, el platino se encuentra en la cúspide del mercado en términos de precio, los joyeros realizaban joyas de platino de manera exclusiva, mucho más exclusiva que el oro blanco. Este metal presenta mayores dificultades en su elaboración como joya, pues es un metal que tiene un punto de fusión muy alto, es decir no sólo es difícil de fundir, ya que tiene un punto de fusión más alto que el oro, es tal su dureza que es imposible confeccionar

una cadena de platino. También, la reutilización del platino que se haya trabajado debe ser muy pura, puesto que cualquier impureza hace casi imposible volver a trabajarlo. A esto se suma, su elevado precio en la actualidad. Por lo tanto, el joyero de Santiago ha optado en realizar confecciones de platino a un alto precio, esto ha restringido que las joyas de platino sean para sectores sumamente exclusivos. Esta ha sido una de las razones porque el oro blanco ha sido la alternativa al complejo platino.

“yo prefiero cobrar caro por cosas de platino porque no me conviene. Hay mucha pérdida de metal que es difícil reutilizarlo y a veces uno tiene que reponer esa perdida” (Eduardo Maripangui, joyero de Santiago).

Habitualmente, las joyas de platino no llevan marca de control que indique el tipo de metal tal como sucede en las joyas de oro. Por lo que, a veces, es difícil de distinguir y puede ser confundido con oro blanco si este no está controlado; la prueba de ácido es inútil para identificar el platino. Una de las formas en que es detectado, es aplicándole fuego a la pieza, puesto que es el único metal que no pierde el brillo cuando es sometido a la llama de un soplete.

En relación a la plata, los joyeros que están más avocados a la joyería fina, consideran que este metal es atractivo estéticamente, ya que representa un buen material para practicar antes de avanzar en metales de mejor nobleza en la joyería. Sin embargo, la plata desde el punto de vista mercantil del joyero, es poco interesante, puesto que las hechuras de plata no reportan buenos dividendos como se ha logrado con el trabajo en oro. Existen distintas percepciones de los joyeros en torno a la plata, algunos sostienen:

“Antiguamente teníamos un dicho con los joyeros del taller donde trabajábamos, cuando trabajábamos plata se decía que nos estaban saliendo piojos. La plata era chichería barata y pocos joyeros la trabajaban, trabajábamos el oro era más conveniente. El que hacia plata era porque no tenía experiencia, no estaba preparado para hacer joyas. Antes uno empezaba a trabajar directamente con oro, se hacían cosas de platas pero en los talleres grandes no se trabajaba, no era bien visto.” (Eduardo Maripangui, joyero de Santiago).



Ilustración 30: 670 gr de plata fina obtenida del refinado de la basura de un taller. Equivalentes a \$402000.

Hace unos 40 años atrás, la plata no era un metal preponderante en los talleres de joyeros, se utilizaba de manera secundaria, es decir como liga para mezclar el oro, su uso estaba adjudicado, mayormente, a artesanos.

Otros sostienen que:

“Yo ahora vengo a trabajar la plata, antes se trabajaba poco en los talleres. Prácticamente no existía la plata, servía como liga. En el taller de mi hermano tampoco se veía la plata, se utilizaba más como aleación para el oro. Lo malo que la plata es muy delicada cuesta mucho dejarla brillante y se ralla rápido, con el uso se oscurece” (Juan Alfaro, joyero de Santiago).

Hay joyeros que sostienen que la plata comenzó a trabajarse en los talleres de Santiago cuando estaba gobernando la Unidad Popular. En ese tiempo se restringió la entrega de oro y los talleres se vieron perjudicados sin su principal materia prima. En vista de esta situación, fue que la plata comenzó a cobrar importancia e interés en ser trabajada al interior de los talleres de joyería.

Para los joyeros, la plata se ha instalado en los talleres debido al alto valor del oro, viéndose forzados a tener que introducir su producción a nivel de pedidos por pieza o a un nivel más industrial (al por mayor). La plata representa para el joyero de Santiago un ingreso complementario, que ha cobrado mayor fuerza dentro de los talleres, sin embargo jamás remplazará la satisfacción que significa para el joyero trabajar con oro.

He tratado de construir brevemente la forma como han interpretado los joyeros de Santiago su relación con los metales que manufacturan y los cambios que han experimentado en términos de producción con dichos metales.

Para que el joyero logre tener un trabajo sostenible en el tiempo es necesario que los clientes queden conformes con su trabajo, y así volver en otra ocasión cuando sea necesario o recomendarlo a otros clientes. Ésta y otras ideas serán detalladas en el siguiente capítulo.

Los joyeros y una clientela en constante construcción.

Sin duda, el joyero se debe a su clientela, relación forjada por la construcción de un sistema de confianza que es fundamental en la carrera del joyero. Muchos de ellos sostienen que cuando comenzaron en el oficio, su trabajo estaba destinado para los dueños de los talleres y no contaban con clientela propia. Una vez adquirida la experiencia necesaria, el joyero era animado por los mismos clientes (que tenía el dueño del taller) a trabajar con ellos de manera independiente, pues de esta forma podrían hacer negocios sin necesidad de intermediarios. Gran parte de los joyeros comienzan a pagar un sub-arriendo a otros talleres para conseguir una cierta independencia y trabajar con sus propios clientes. El sub-arriendo de bancos de trabajo a propietarios de talleres es una práctica habitual dentro de este rubro en Santiago.

“Cuando yo trabajaba en el taller empecé a conocer gente que me pedían que yo hiciera las cosas particular, que ellos necesitaban joyeros. Me empezaron a llegar ofertas, me decían porqué no ponía un taller y yo le mando hacer las cosas a ud. para que no pase por acá. Y así empecé, por eso me entusiasmé en independizarme. Como me iba bien tenía mi

metal y por ejemplo, iba a Ahumada y me decían porque no te traes 50 anillos, llegaba un vendedor de fuera de Santiago también me proponía lo mismo. Yo les decía podía hacerlo porque estaba apatronado. Entonces, ellos mismos me entusiasmaron a independizarme y armé mi taller. Fui arrendar un espacio y después compré el taller de la persona, y en un año le compré todas las herramientas.” (Juan Alfaro, joyero de Santiago).

La alta demanda de joyas de oro que existía antiguamente- hace más de 25 años- además, del excedente proveniente de las bondades del metal amarillo, permitió a un gran número de joyeros apatronados, consolidarse en el rubro. Así, los joyeros lograron comprar sus herramientas y maquinarias, arrendando o comprando locales para instalarse con sus talleres. Las oportunidades de autonomía laboral que podía ofrecer este oficio han cambiado en la actualidad, pues debido al alto precio del oro, la competencia con los artículos de fantasía han hecho más dificultoso convertir al joyero en un trabajador independiente. Por ello, la formación de una clientela es fundamental para la continuidad productiva de este rubro.

Otras de las formas en que el joyero se da a conocer a su clientela, es por medio del dato y la recomendación de los mismos clientes. Una vez que el joyero logra interpretar bien los pedidos de su cliente, no sólo mantendrá este vínculo, sino que también permitirá que dicho cliente recomiende el servicio a otros clientes, ampliando así, la clientela del joyero. Como señalé anteriormente, el joyero tradicional de Santiago cuenta con escasa publicidad. Esta, muchas veces, se limita a las tarjetas de presentación y muy rara vez una página de internet (a excepción de las joyerías). Si bien esto, puede favorecer a una mayor clientela, también se corre el riesgo de ser víctima de un asalto, como ha sucedido en muchos talleres de Santiago.

“Los clientes han llegado de miles maneras, nosotros también hemos vendido a provincia, mi señora vendía a provincia de Punta Arenas hasta Calama. Entonces, se fue haciendo el nombre de la joyería, entonces el que tiene la oportunidad de venir a Santiago viene y trae cosas para reparar para hacer y así se van recomendando, vas haciendo cosas buenas,

siempre respondes, y eso te va dando prestigio. Todo en la joyería te va dando prestigio” (Leonardo Jeria, joyero de Santiago).

“Yo de clientela me hice de a poco. Por ejemplo, mi hija estudiaba en las monjas habían profesoras que me conocían y me compraban, ellos son bien responsables para pagar. Esas personas van recomendando parientes de ellos. Cuando uno es responsable en responder con los trabajos y los clientes van quedando conforme con el trabajo. Entonces lo van recomendando, porque la joyería, la relojería, junto con otros rubros son oficios de confianza. Cuando usted tiene una joya fina que tiene un valor sentimental, no se lo va a pasar a una persona que desconozca, o a alguien que no le den las recomendaciones que trabaja bien que es responsable, que no va cambiar la pieza. Entonces, uno va a la persona que le de confianza. Igual que un mecánico uno no lo va llevar a cualquier lado. Yo tengo clientes particulares y comerciantes, los particulares son entre diez a quince, estos no aparecen tan seguido, es un cliente esporádico puede aparecer una vez al año para las fiestas. En el caso de los comerciantes o tiendas, le pagan a uno mucho menos pero lo mantiene con trabajo constante y todo el año, entonces ahí uno se hace una cartera de clientes entre comerciantes y particulares” (Arturo Reyes, joyero y engastador de Santiago).

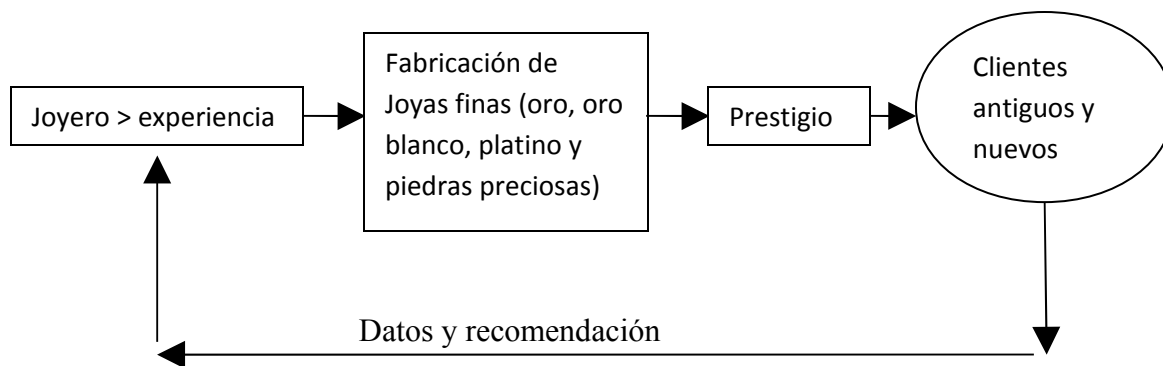
Aunque esto será profundizado más adelante, es posible distinguir dos tipos de clientes con los que trata el joyero. Uno de ellos son los clientes particulares, quienes solicitan joyas ya sea para portar el objeto u obsequiarlo (no perciben una ganancia monetaria). Los otros clientes son los que están orientados al comercio, los cuales actúan como intermediarios entre joyeros y clientes particulares. Lógicamente deben su trabajo a la ganancia que deja la venta de una joya.

Por lo pronto, es el dato y la recomendación que difunden los propios clientes como una de las maneras más tradicionales de constituir una variada clientela para el joyero, lo que significa un mayor reconocimiento en el trabajo que realiza un joyero, adquiriendo así, un mayor prestigio en el rubro. Sobre esto último, es posible señalar, conforme a lo expresado por la mayoría de los joyeros entrevistados, que hay una relación directa entre la edad, la

calidad de la fabricación, el prestigio y confianza. Aunque la relación parece obvia, mientras mayor cantidad de años en el oficio, mejor será su técnica, adquiriendo así un reconocimiento y prestigio entre sus clientes y sus pares. Dicho prestigio le permite al joyero ampliar su red de confianza que es fundamental para un cliente.

“En la medida que tú te pones viejo en la joyería empiezan a llegar clientes, que te piden cosas más importantes, porque te vas haciendo de prestigio y en la medida de que tú te haces de prestigio te llegan cosas importantes. Cuando eres nuevo es difícil que te lleguen cosas importantes. En la medida que van pasando los años y te vas haciendo de nombre y de permanencia en el mercado la gente tiene mayor grado de confianza” (Leonardo Jeria, joyero de Santiago).

A continuación presentaré un diagrama de un sistema de confianza ideal que permite ampliar y mantener la clientela de un joyero con experiencia.



Además, no hay que olvidar ciertos códigos que tiene que ver con la honestidad del joyero, los cuales muchas veces se han visto mancillados por un sector inescrupuloso que en ocasiones pretenden engañar al cliente, con metales de baja ley o joyas que su interior pueden contener cobre u otros metales para elevar su peso y precio. El joyero que ha evitado dichas conductas deshonestas es posible que mantenga una clientela en el tiempo, cuestión que es considerada como fundamental dentro de este oficio.

“Una de las cosas más importantes en la joyería es primero que nada ser honrado, nunca se te pase por la cabeza hacer tonto a un cliente, porque hay secuelas. Si el cliente lo descubre, es el principio del fin como joyero.” (Leonardo Jeria, joyero de Santiago)

Otro de los factores que inciden en la atracción del cliente es la ubicación del taller, si este tiene vitrina mucho mejor. Aunque, por lo general, los talleres son locales sin vitrinas, tapan sus ventanas con cortinas con el fin de disimular el trabajo que se realiza en su interior.

“Sí, por aquí pasa mucha gente (Paseo las Palmas), y es importante tener un buen local porque la gente dice este no es un pati-pelado. Que es lo que le he dicho mucho a don Jorge Reyes (el engastador) le dije que no le convenía irse, porque yo a Jorge no le cobraba nada, acá tenía de todo, y además de eso cuando él no estaba uno tomaba el recado, estaba seguro acá en la joyería. El optó por irse a un local sin vitrina, es muy distinto que una persona llegue a pedirle un trabajo donde está ahora, que llegar a pedir un trabajo acá. Porque un cliente si quería venir a engastar un brillante, el cliente veía que esto era seguro, veía que había cámaras, la alarma y le dejaba sin problema los brillantes. Pero allá no lo va a dejar porque no hay ningún respaldo. Eso es imagen.” (Leonardo Jeria, joyero de Santiago)

Actualmente, la publicidad de algunos talleres se limita a un pequeño anuncio en las páginas amarillas, pues ya cuentan con una fidelidad de una clientela antigua. Son los joyeros de menor experiencia, quienes deben diseñar estrategias de publicidad para construir una clientela.

Sobre la legitimidad y exclusividad de las joyas.

Es posible que gran parte de los clientes no exijan a sus joyeros la veracidad de la ley de las joyas que estos les fabrican, puesto que habría un sistema de confianza que está operando entre el joyero y el cliente.

En el caso de las joyas de oro es necesario recordar que todo joyero tiene un sistema de autocontrol de calidad del oro. Éste consiste en marcar con un cuño su calidad en quilates, la cual corresponde a 18 quilates. Para observar este detalle en una joya o un anillo podrán ver en su interior una marca pequeña que aparece así: 18k. Este control está destinado tanto para el oro rosado, amarillo y blanco. Cuando es de menor calidad en oro pueden aparecer controles de 14k. y 9k.. La autenticidad con este método puede ser puramente simbólica, ya que cualquier objeto amarillo puede ser marcado con estos controles. Por ello, el método del ácido -detallado anteriormente en el texto- es infalible para verificar la autenticidad del oro. Sin embargo, es muy difícil que un cliente exija esta prueba, ya que confía en el joyero y porque, comúnmente, no cuenta con la experiencia necesaria para determinar la ley de la joya.

Cuando se trata de una joya de plata, las marcas de control más comunes que indican su ley son 950 o 925. Sin embargo, el interés de verificación es menos importante, ya que la plata es más barata en el mercado de los metales nobles.

Más allá de los criterios de verificación que se pueden aplicar a los metales, hay que entender que esta búsqueda de legitimidad en una joya, como sostiene Spooner (1991) es una “elección cultural”. El autor utiliza el concepto de “autenticidad” en su estudio sobre los tejedores y comercialización de las alfombras orientales. El concepto de autenticidad corresponde a la sociedad industrial y más aun a la posindustrial, producido por las escalas sociales relacionadas, la exuberancia de objetos y categorías que aquella genera para nuestro consumo, asimismo del proceso cultural creado por tales objetos (Spopper, 1991).

Ciertamente, las culturas precolombinas tenían criterios técnicos y simbólicos para elaborar sus joyas. Por ejemplo, las joyas fabricadas bajo la técnica tumbaga (utilizada en el mundo incaico) provocaron gran sorpresa entre españoles al enterarse que gran parte de las joyas no estaban hechas de oro macizo, sino que, principalmente, contenían cobre. Sin duda, que hay un choque simbólico que se ve reflejado en los distintos criterios de autenticidad sobre la pureza del oro.

Lo que alguna vez fue considerado como objetos valiosos para los incas, hoy en día, es catalogado como oro falso. Asimismo, las joyas producidas en EEUU son consideradas, en Chile o bajo los criterios de la joyería actual, como joyas de baja ley.

Otro elemento importante para definir la autenticidad, declara Spooner (1991), es el trabajo hecho a mano en el caso de las alfombras orientales. Las joyas fabricadas a máquina tienen una corta vida útil, pueden ser consideradas de menor autenticidad en comparación con las joyas fabricadas a mano. Esto marca una diferencia en relación a la producción industrializada.

Claramente, las joyas están sujetas a criterios de autenticidad y concuerdo con Spooner al definirla como, *“una forma de discriminación cultural proyectada en los objetos; empero, no es inherente a las cosas, sino que se deriva de nuestro interés en ellas. Al rastrearla los individuos usan mercancías para expresarse a sí mismos”* (Spooner, 1991:280). La legitimidad y exclusividad de las joyas constituyen criterios de discriminación y distinción, los cuales permiten el despliegue de nuestra individualidad cotidiana.

Cuando ya existe un sistema de legitimidad en las joyas, el joyero solamente le queda por generar lazos de confianza con el cliente. Así, una de las dificultades que presenta este rubro, es el de disipar la percepción de desconfianza que algunos joyeros embaucadores han ocasionado en el oficio. De acuerdo a esto, nos señalan lo siguiente:

“Sobre todo con los anillos de sellos que son huecos, ¿Cuándo te vas a dar cuenta tú, que le echan algo?, tienes que hacerlo tira no más. Y sucedió una vez que yo trabajaba con don Alfonso Reydet, él trabajaba con diez o veinte joyeros que tenía por fuera, y uno de esos le traía anillo sello. Una vez al jefe le dio la tincá y abrió uno y encontró cobre. Nos llevó al taller como 50 anillos de esos de sello y tuvimos que abrir todos, y todos tenían cobre. Nunca más trabajó con él. Pero tampoco no se puede hacer nada con la justicia si no hay nada escrito, es la palabra de él contra el otro.” (Juan Alfaro, joyero de Santiago).

El oficio de joyero no sólo debe fundarse en la honestidad, también como todo trabajo debe comprometerse a los tiempos de entrega. A esto se señala lo siguiente:

“Yo, cuando cabro empecé y no entendía bien como era el negocio, me las di de divo. No entregaba las cosas en la fecha y en ocasiones cambié brillantes por circones, hasta que me pillaron y entendí que si quería seguir en esto tenía que cambiar esa parada.” (Cesar Herrera, joyero y engastador de Santiago).

La legitimidad de la joya, a partir de una ética correcta del joyero permite generar sistemas de confianza vitales, tanto para el cliente como para el joyero.

“La confianza que uno les daba, por ejemplo, a mí me entregaban tanto metal y yo entregaba el mismo metal y le cobraba lo legal. En la joyería siempre se ha trabajado más en confianza. De patrón a joyero es lo mismo y el patrón con los clientes tiene que ser igual, porque de lo contrario no se podría trabajar” (Juan Alfaro, joyero de Santiago)

Una de las estrategias que tenían los joyeros para generar sistemas de confianza dentro de sus talleres era el de trabajar con familiares, fueron una de las razones porque se consideraba un oficio tan cerrado a la hora de necesitar mano de obra.

Transparentar el peso de las joyas también es un criterio importante para el cliente, pues de ellos dependerá su costo final. En un oficio donde la palabra cobra un valor relevante cuando se dejan joyas para reparar, o algún metal en forma de pago y la entrega a tiempo de alguna joya.

En cuanto al criterio de exclusividad, el joyero debe responder a un sistema de gustos que marque la diferencia entre sus clientes. Éste busca una forma de distinguirse en relación a los demás. Es decir, su mercancía o joya debe ser exclusiva a los ojos del cliente. Sólo si el joyero consigue interpretar este criterio de exclusividad del cliente, es posible hablar de una joya que ha alcanzado un estado de singularización. A su vez, al joyero se le solicita respetar una joya exclusiva, es decir que ésta no se reproduzca en el mercado nuevamente. El joyero no siempre respeta la idea de una joya única y exclusiva, puesto que su concepción de la joya está más vinculada a la idea de comercializar la mercancía que de singularizar el diseño de una joya.

1. Transformaciones y composturas de una joya personal.

La transformación y la compostura son una de las prácticas más comunes dentro del trabajo del joyero, sin embargo hay que diferenciarla de la fabricación, puesto que se pone a prueba la experiencia del joyero debido a lo delicado del trabajo. Ya que, muchas veces, el objeto tiene un carácter patrimonial para la persona.

Comencemos con la transformación de una joya, siendo esta práctica la más cercana a la fabricación, su diferencia radica en que el trabajo inicial parte de una joya fabricada. Vale decir, es el cliente que, en algún momento, se cansa de su propia joya y decide realizarle un cambio. Dicho cambio está sujeto a determinados gustos que se instalan en el imaginario social, sin embargo, la transformación apunta a la reutilización de un objeto que simbólicamente representa e identifica ciertos aspectos del cliente, pero no son suficientes para que este lo porte. Dicha reutilización del objeto tiene que ver con ocupar el mismo metal o piedras del objeto. Por ejemplo, cuando un cliente solicita transformar en anillo su colgante de oro con un rubí que fue heredado por sus abuelos. La transformación apuntaría solamente al metal, pues la piedra se mantiene intacta y se engasta en el anillo. Si la piedra sufriera algún daño o se extraviara, sería un daño irreparable para el cliente y la transformación sería un fracaso.

“Yo pienso que les aburría el modelo, porque pasaban de moda, venía un modelo nuevo a la moda y como tenían su metal y para no gastar mucho, traían ese metal y transformaban la joya anterior. Había mucha gente que tenía mucho metal antes, después terminaban deshaciéndose del metal. Yo tenía mucho cliente particular que querían pagar la pura hechura. Si faltaba un poco de metal uno ponía un poco más y tenía que cobrar más. Las piedras muchas veces se mantenían si las querían usar de nuevo, sobre todo las señoras querían la misma piedra. Así que las dejaban y eran piedras buenas, no como ahora. Los joyeros de repente pueden hacer eso, el cliente arriesga cuando acude al joyero. Por ejemplo, cuando volví a trabajar a la joyería yo me fui donde Naranjo, ese engañaba a la viejitas pescaba el brillante lo sacaba y después lo vendía, y después decía que no era brillante. Yo te hablo de un compadre sin vergüenza. Podían llegar los pacos y negaba no

más, podía vender en 400 lucas una piedra, por algo le fue mal después. Lo cerraron”
(Juan Alfaro, joyero de Santiago).

Cuando un cliente deja una joya para transformar, es importante saber si la pieza proyectada va a utilizar la misma cantidad de metal que la joya que se va a intervenir. Cuando sucede esto, hay que decir que nunca la nueva joya va a tener el mismo peso que a anterior, pues es necesario siempre considerar una pérdida denominada “merma”, la cual representa el 10% de la joya transformada. Esta pérdida se debe a la fundición y entre otros procesos de elaboración como lo son el limado, lijados y pulido de la pieza.

Es necesario que el cliente tenga claridad de cuánto pesa su joya y cómo quiere transformarla, por ello en algunas ocasiones (cuando el cliente lo exige) ciertos talleres acostumbran llenar una ficha de respaldo en la cual se detalla el nombre del cliente, número telefónico, el tipo de joya, su peso, el precio del trabajo, el abono, fecha recibida y fecha de entrega. En el caso de que no se utilicen fichas se anota en algún cuaderno donde el joyero lleva su registro de pedidos. Cuando se trata de un cliente conocido, habitualmente, los respaldos escritos se omiten. Sólo se anotan los cambios que se aplicarán a la pieza.

El joyero está directamente relacionado con la transformación de una joya, puesto que es el único capaz de interpretar el cambio que el cliente quiere realizar. Este último, no sólo pretende conseguir un cambio, sino que aprovecha y reutiliza la joya transformada, ahorrando en el gasto del metal. Si este es suficiente, entonces el joyero únicamente cobra la hechura. La transformación es un cambio simbólico, donde hay objetos que se reactualizan, pero que a su vez, contiene elementos emotivos que identifican al cliente, que se mantiene en el tiempo.

“A mí personalmente me gusta mucho la compostura y la transformación porque es un desafío. Cuando te llega un anillo roto y trae una piedra delicada es un desafío, porque tienes que hacer que no pase nada y eso me gusta. Y que quede perfecto, que no se note donde interviniste de tal manera que el cliente quede “ohh”. Esos desafíos me gustan porque yo te diría que son la esencia de lo que es un joyero. Es como la esencia de lo que

es un mecánico de auto, el mecánico de auto no te cambiaba la pieza, te reparaba la pieza y te arreglaba el auto” (Leonardo Jeria, joyero de Santiago).

Las siguientes imágenes muestran la transformación de una esclava de oro gruesa (pulsera) en esclavas más delgadas, según el cliente para que fueran más vistosas.



Ilustración 31: pulsera tipo esclava de oro de 14 gr. próxima a ser transformada en dos esclavas más delgadas.



Ilustración 32: Muñeca de una cliente ornamentada por 4 esclavas delgadas de oro proveniente de la transformación de dos esclavas gruesas, junto a otra que no fue alterada.

Lo que muestran las imágenes anteriores, es lo que un joyero denomina como transformación de joyas. En este caso en particular, la cliente solicitó sacar 4 esclavas más delgadas de dos esclavas de oro de 14 gr. cada una por lo que se utilizó el mismo metal, cancelando al joyero sólo la mano de obra, la cual tuvo un precio de \$30 mil. Hay que recordar que las esclavas obtenidas tendrán un peso final menor a 10 % del peso inicial, esta pérdida se denomina “merma”.

Para explicar de mejor manera el cálculo anterior. Si las 2 esclavas gruesas suman un total de 28 gr. el peso total de las 4 esclavas más delgadas no sobrepasarán los 25,2 gr. considerando una merma de un 10% equivalente a 2,8 gr. Finalmente, la cliente no va a lucir los 28 gr. de oro, sino que ahora serán 25,2 gr. aproximadamente. Son estos algunos de los elementos relevantes que pueden mencionarse al transformar una joya.

Por otro lado, la compostura debe entenderse como el término que utilizan los joyeros para referirse a las reparaciones de joyas. La compostura es una de las prácticas más importantes tanto en este oficio, como en otros más utilitarios (zapateros, eléctricos, mecánicos, entre otros). La diferencia está, en que reparar joyas no es comparable a la reparación de un televisor o un zapato, puesto que la joya posee un dueño que la ha socializado, conteniendo

un valor que es casi imposible de desechar como otros objetos. Como señalé al comenzar este capítulo, hay ciertos objetos que son valorados como un patrimonio familiar y es para la persona primordial conservarlo.

Cuando un joyero maneja la compostura es un joyero con experiencia, y es considerada como un desafío que pone en juego la destreza del joyero. Una joya averiada es un símbolo roto, por lo tanto, el joyero que debe llevar cabo una compostura tendrá que devolver al objeto dañado su estado anterior. La compostura no sólo involucra al joyero con un objeto dañado, sino que lo implica con el valor simbólico que representa ese objeto para una persona en específico. El joyero debe asumir que cuando realiza una compostura, tiene en su poder un objeto que no tiene precio y es irremplazable. De manera que tiene que ejecutar una buena reparación, para que no se dañe nuevamente la pieza.

La compostura se aplica a los siguientes casos: cadenas o pulseras cortadas, joyas abolladas, aros sin vástago para la oreja, anillos para agrandar o achicar, entre otras situaciones permitan regresar a la pieza a su estado útil. Generalmente, la compostura es posible realizarla en piezas hechas a mano, lo que permite establecer si se trata de una joya de buena calidad. En el caso de que la joya no hubiese sido fabricada a mano, es mayor la complejidad de la compostura, en el sentido de que esta puede terminar en un peor estado de lo que estaba. Realizar la reparación deberá decidirlo el joyero según su experiencia.

La compostura es compatible con las joyas hechas a mano, es decir objetos de larga vida, condición que se ve reforzada cuando una joya es reparada. Sobre la compostura señalan lo siguiente:

“Como todo era hecho a mano, la joya era eterna. Tú podías agrandar, abrir, soldar con la pieza hecha. El metal cede, no como en la micro-fusión que se parte entero. Esas composturas venían de gente particular y de joyerías. Las joyerías recibían hartas composturas, entonces a mí me las pasaban y venían de todo tipo de compostura. Yo la compostura la vine aprender cuando me independicé. Me di cuenta si el metal era bueno o malo” (Juan Alfaro, joyero de Santiago).

Los joyeros perciben que la compostura existe porque las personas tienen un nexo social con la joya, donde se conjugan elementos emotivos, familiares e históricos generando un lazo casi indestructible entre la persona y su joya. Sobre todo, me parece interesante presentar un argumento señalado por un joyero en relación a lo necesario que es reparar una joya para sus dueños.

“Porque les toman cariño, las joyas y la joyería no va a desaparecer nunca, existen de años inmemoriales y va a seguir existiendo. Porque el gran secreto de una joya o la gran virtud de una joya, es que desde el minuto que sale de una joyería empieza a tejerse una historia en torno a ello; la compró mi papá para regalársela a mi mamá cuando le pidió la mano etc, etc, este era el anillo de mi mamá, este era el de mi abuelo. Y ese anillo hecho por ese joyero, es el joyero de la hija, es el joyero de la abuela, era el de toda la familia. Cuando tú reparas un anillo y lo dejas impecable va llegar una amiga de la amiga, y esa misma cuando tenga necesidades de algo de joyería va recurrir a ti y se forma la lealtad.

La reparación es más importante que la confección de un anillo, porque el cliente por último puede pensar que tu compraste un anillo, pero cuando tu reparas un anillo el cliente sabe que es de él y como es” (Leonardo Jeria, joyero de Santiago).

La compostura es una de las prácticas que permiten mantener y ampliar una clientela para el joyero. La confianza depositada en el joyero se refleja en este objeto íntimo dejado en sus manos. Es posible que el joyero se encuentre en graves problemas cuando al intentar reparar una joya, esta sufra un daño irreparable. Es por ello, que el precio de un arreglo es relativo, pues que se debe cobrar el factor de riesgo. Así mismo, me atrevería a exponer algunos rangos de precios de composturas o mantenciones típicas que se pueden realizar en taller. Estos rangos pueden ir variando según la ubicación geográfica del taller. Los valores más económicos pueden encontrarse en el centro de Santiago, luego Providencia, los valores aumentan en lugares como las Condes y Vitacura.

Cuadro 2: Precios aproximados para composturas típicas de un joyero.

Compostura o arreglo	Rango de precios para piezas de oro	Rango de precios para piezas de plata
Soldar cadena cortada	\$2000- 5000	\$1000- \$2000
Agrandar anillo (sin agregar metal)	\$2000- \$5000	\$1000- \$3000
Pulir anillo opaco	\$1000- \$5000	\$1000- \$4000

Información obtenida a partir del trabajo etnográfico en los talleres.

Hay que considerar, que en general, la compostura como una práctica no demanda mucho tiempo de trabajo, siendo la experiencia un elemento vital para obtener, de manera rápida, una pieza reparada. De modo que, la experiencia está directamente relacionada con la eficiencia del trabajo y además, es un factor importante a la hora de establecer un precio en la compostura. Otro de los criterios que van a definir el precio es la ubicación en la que se encuentre el taller.

“Es importante la compostura, porque se cobra. Y el tiempo que te demanda no es tanto, uno cobra su experiencia. Si yo viviera de la pura compostura ganaría mejor que fabricando. Uno cobra la experiencia, porque el que no tiene eso puede dañar la pieza. El precio lo pone según la experiencia y la ética de uno a que la reparación va a durar en el tiempo. El precio que cobramos depende del sector donde esté ubicado, si estoy en el barrio alto, tengo que cobrar más. Yo cobro la comodidad a esa persona, en vez de cobrar 2 mil pesos yo le tengo que cobrar 5 mil, porque el espacio donde voy a estar arrendando es más caro. Yo al comerciante le cobro menos, porque siempre te están dando pega” (Eduardo Maripangui, joyero de Santiago).

Es posible que existan criterios menos objetivos que otros para definir los precios de una compostura, pues los comerciantes se ven beneficiados con precios más bajos. A esto hay que agregar, que ciertos clientes particulares, debido al grado de confianza existente se les

brinda una atención especial. Esta muchas veces se traduce en reparaciones que terminan siendo gratuitas. Por ello, no me parece apropiado hablar de precios fijos y estándares, pero si puedo exponer un aproximado basado en rangos de precios.

Los procesos de fabricación han estado siempre acompañados por las reparaciones. Fabricación y reparación son un complemento inseparable dentro de este oficio. El primero tiene que ver con una historia que recién comienza a tejerse entre el objeto y su dueño. El segundo, ya existe un vínculo emotivo construido, el cual está activo entre la joya y su propietario. La compostura es una práctica que implica mantener y restaurar una joya, similar a lo que se aplica a un patrimonio arquitectónico.

En el siguiente capítulo me referiré a cómo los joyeros construyen un amplio repertorio de símbolos representados por sus productos (joyas), los cuales son parte del imaginario que va más allá de ciertos sectores sociales. Donde la producción (joyas) puede contenerse en el catálogo, compilando los diversos iconos de distinción.

PRODUCTOS Y GUSTOS DEL JOYERO EN RELACIÓN A LA JOYERÍA.

Como mencioné en un comienzo, el joyero de Santiago trabaja por preferencia y tradición metales nobles, ya que con ellos es posible un trabajo más fino para el cliente en términos de calidad, duración y belleza. Se ha encontrado, en primer lugar, dentro de los gustos y preferencias del joyero, el oro amarillo, luego el oro blanco, después el platino y por último la plata; cada uno de estos metales tienen sus propiedades y características que los convierten en los predilectos dentro de la escena joyeril. Esta inclinación, desde el análisis de Appadurai (1991), puede conocerse como el manto ideológico con el que se van encubriendo ciertos fenómenos mercantiles, en este caso es el de la manufactura de los metales preciosos y las interpretaciones simbólicas que se le atribuyen.

Recordando lo señalado en las páginas anteriores, el oro rosado después de tener un gran apogeo en su uso, decayó por el interés que provocó el oro amarillo, el cual era mayormente utilizado por sectores sociales mejor acomodados, instalando al oro amarillo como el metal en boga.

En el caso del platino, cuyo valor simbólico antiguamente era de gran exclusividad y altamente demandado, se ha visto desplazado por la fabricación en oro blanco, el cual es más amigable, tanto en términos económicos como técnicos (para trabajar el metal). El oro blanco se instaló en el gusto colectivo de las personas que poseen una mejor capacidad económica, siendo considerado un metal fino ideal para ocasiones exclusivas. A su vez, tiene la ventaja de disimular su condición de oro, puesto que tiene similitudes de tonalidad con la plata, desmarcándose del oro amarillo, ya que éste queda más expuesto al robo en la vía pública, debido a que los objetos de tono amarillo (ya sea joya legítima o de fantasía) están en un inminente riesgo.

Por su parte, la plata tendrá un uso más amplio en la sociedad, puesto que es más fácil adquirirla, a su vez, no representa un peligro portar un objeto de plata en una vía pública. Esto también, ha significado que muchos joyeros han tenido que incorporar la plata dentro de su repertorio productivo actual.

Metales como el oro (amarillo o blanco) y platino, son preferentemente combinados con piedras preciosas como los brillantes, zafiros, esmeraldas y rubís. Esta es la combinación,

en la joyería actual, es posible catalogarla como de buen gusto. Sin embargo, estas preferencias no tienen solamente un sentido estético, sino también representan un mayor poder adquisitivo, mientras más fino el trabajo mayor es su precio y el poder adquisitivo de quien lo posee.

La combinación de metales y piedras preciosas, además de un trabajo bien elaborado van definiendo lo que se denomina entre los joyeros como “joyería fina”. El gusto por estas materialidades, como ya lo hemos mencionado anteriormente, no es arbitrario, pues existe una tradición, ya sea en trabajarlas como en usarlas. En el caso de sociedades pre y post hispánicas, ya existe un interés y un aprecio sobre el oro y la plata (sin desconocer el uso de otros metales). El joyero ha labrado estos metales, tanto en sociedades antiguas como modernas. La sofisticación en la producción ha permitido joyas más elaboradas, pues la demanda se encuentra moldeando el tipo de producción que debe realizar joyero. Esta demanda también es parte de una tradición, ya que el joyero y sus productos están directamente relacionados con los gustos de los clientes, como diría Bourdieu, debe existir una *“correspondencia entre la producción de bienes con los gustos”* (Bourdieu, 1999). Son los clientes los que demandan estas materialidades que circulan en un contexto global y local en el mundo joyeril.

Algo que es indiscutible en el imaginario del joyero, es la importancia del brillo de una joya, puesto que es este sello el que permite denominar a la pieza como joya. Es símbolo de perfección y belleza. Para el joyero Leo, la joya debe aparecer en la terminación, vale decir, en la etapa de pulido.

“el pulido final es importante, porque la pieza tiene que tener un brillo final espectacular, en donde es un espejo, no hay poros, no hay marcas de lija, ni de lima” (Leo Jeria, Joyero de Santiago).

El brillo de una joya y su simetría parecen ser patrones estéticos intrínsecos y heredados como formas de concebir el mundo moderno. Criterios estéticos que se han construido en torno al concepto de belleza occidental.

Uno de los cambios que se ha visto, a nivel de piedras preciosas, ha sido el desplazamiento del brillante corte antiguo²⁶ por el brillante de corte moderno. Esta última, tiene una mayor valoración y significado para los joyeros y clientes, debido a que con ella es posible apreciar mayores brillos y destellos. Otras de las piedras preciosas relevantes en el mundo de la joya son el zafiro, la esmeralda y el rubí. Por esta vez, sólo me referiré a los colores que caracteriza a cada piedra. En el caso del rubí su color es el rojo vino tinto, las de color verde corresponde a las esmeraldas, y los zafiros poseen un color azul intenso. Sin embargo, el valor de la piedra depende no sólo de su color, brillantez y rareza, sino también de su dureza, pues la piedra de poca dureza se deteriora con el tiempo. Siempre que se habla de piedras preciosas me estoy refiriendo a piedras naturales²⁷.

Los joyeros consideran al brillante moderno como la piedra preciosa más valiosa y mejor cotizada dentro del mercado, es por lejos la mejor, debido a su belleza inherente y su capacidad de reflejar destellos de luz. Según el joyero, el valor del diamante principalmente tiene que ver con su tamaño. Sobre esto, se señala lo siguiente:

“Lo que hace más valioso un brillante es el porte. Si tú tienes un diamante de 20 quilates importa un comino que tenga un carbón, que sea amarillo, verde, azul. El diamante rosa, es rosa y vale una fortuna. Lo otro importante es el corte, el diamante tiene que estar bien cortado. Después viene la pureza, que no venga con carbón y el calor. Pero lo más importante es el tamaño con un buen corte, lo más pura posible y ojala lindo color. Y el lindo color no implica blanco, puede ser rosado, celeste, pero lindo color, que tenga vida”
(Leo, joyero de Santiago).

Es casi una regla, dentro del imaginario del joyero, que en anillos de oro blanco o platino, las piedras incrustadas sean brillantes, zafiros o esmeraldas. No es posible concebir este tipo de anillo con circones, esto es un atentado al anillo, ya que los circones son piedras sintéticas de muy poco valor y vida. Según los joyeros, es como mezclar un vino fino con

²⁶ Este tipo de brillante presenta menos cortes o facetas (8 facetas), cuestión que no permite sacar un mejor provecho al brillo de la piedra.

²⁷ Poseen un tono irregular a diferencia de las piedras sintéticas, cuyo color es parejo perfecto.

coca-cola. Sin embargo, ha habido clientes que lo han solicitado, a pesar de las recomendaciones del joyero.

“Uno no se siente bien cuando los confecciona, aunque son anillos que se ven muy bonitos nuevos. A los meses esos circones se rallan, se opacan y pierden su brillo. El anillo no luce. Lo hacen más que nada porque no tienen el dinero para las piedras, pero sí quieren que sea de oro blanco... más adelante probablemente cambian el circón por brillante” (Eduardo Maripangui, joyero de Santiago).

El circón es una réplica muy similar al brillante, es un vidrio que aparenta tener las cualidades estéticas de un brillante, pero se ralla y pierde su brillo con facilidad. Para los joyeros este tipo de piedra está orientada a la plata, aunque los joyeros del centro de Santiago se inclinaron en combinar la joya de oro rosado con piedras sintéticas o reconstituidas, con el fin de abaratar los costos. Por lo general, todas las piedras sintéticas están orientadas para confecciones en plata, es difícil ver este tipo de piedras en metales de mayor nobleza como el oro blanco o platino. Con esto, no estoy negando que las joyas de plata no puedan llevar incrustadas piedras naturales semi -preciosas (lápiz lazuli, amatistas, topacios, ónix, entre otras), pero las piedras preciosas como los brillantes, zafiros, esmeraldas, dentro de la concepción del joyero, no pueden ser concebida en un anillo de plata, a no ser de que algún cliente lo solicite y quebrante estas estructuras que están instaladas en el sentido común del joyero.

De acuerdo a lo descrito en esta parte, los joyeros deben su función a su relación con la materia prima, orientada a la mercancía o bienes de lujo. Es por ello que este oficio se ha clasificado como un oficio suntuario. Los joyeros pasan a ser fabricantes de la retórica social, tejedores de símbolos para una superestructura bien establecida dentro de un sistema capitalista moderno. Los joyeros, por medio de las joyas, reproducen ciertos criterios de distinción y clasificación, que también están relacionados con objetos considerados escasos, que van construyendo lo denominado exclusivo, bello o distinto.

El joyero representa el funcionamiento de la infraestructura del sistema, en este sentido la dialéctica se cumple a cabalidad. Cuando un sistema capitalista se encuentra en crisis, el

oficio del joyero tambalea, ya que está directamente relacionado con la estabilidad económica y política de un contexto determinado. La función del joyero es sensible a las crisis económicas, catástrofes climáticas, conflictos sociales, puesto que en esos contextos la necesidad de exhibir joyas se vuelve irrelevante, es más probable que dichas joyas pasen a retomar una ruta mercantil. Es decir, que la persona se despoje de sus joyas, para ser comercializada debido a que las necesidades básicas no se han logrado satisfacer. Si el sistema se encuentra con un desarrollo económico y social “estable” dentro de su dinámica ideológica, la función del joyero cobra sentido, como forma de simbolizar un sistema imperante, que por momentos puede disimular sus conflictos y crisis. La función del joyero pasa a ser un espejo de la estabilidad de un sistema capitalista moderno.

El joyero de Santiago se ha caracterizado por su trabajo manual, donde es posible apreciar los detalles de la mano del joyero dentro de una joya. Es esta forma la que ha permitido al joyero prevalecer en el tiempo e imponerse sobre otros sistemas de producción más industrializados dentro del mismo género, como las joyas realizadas en serie. Dicha forma de producción ocasionó algunos problemas en el oficio, debido a lo económico que podía ser una joya en serie frente a una joya hecha a mano. No obstante, las joyas elaboradas por máquinas eran mercancías de corta vida, es decir eran joyas que se deterioraban en poco tiempo con el uso, debido de lo delgado del metal que estaba confeccionada la pieza. Por lo tanto, su reparación era insostenible en el tiempo.

Por otro lado, las joyas hechas en serie, no permiten la originalidad y exclusividad que buscan los clientes. En este sentido, el joyero de banco o manual cobró valor como fabricante de originalidad, exclusividad, calidad y duración de una joya. El joyero de Santiago elabora piezas que permiten otorgar elementos de distinción en las personas. De la misma forma, permite restaurar y transformar el patrimonio suntuario de las personas. El joyero es un mediador entre el estado mercantil de la joya y el estado singular que debe reconocer el cliente, ya que al cumplirse esta operación se entiende que el joyero logró el gusto del cliente.

La función social del joyero está determinada por un sistema de gustos instalados en la sociedad, dichos gustos emanan del habitus, que según Bourdieu se define como:

“Estructura estructurante, que organiza las prácticas y la percepción de las prácticas, el habitus es también estructura estructurada: principio de división en clases lógicas que organiza la percepción del mundo social es a su vez producto de la incorporación de la división de clases sociales. Cada condición está definida, de modo inseparable, por sus propiedades intrínsecas y por las propiedades relacionales que debe a su posición en el sistema de condiciones, que es también un sistema de diferencias, de posiciones diferenciales, es decir, por todo lo que la distingue de todo lo que no es y en particular de todo aquello a que se opone: la identidad social se define y se afirma en la diferencia” (Bourdieu, 1999:170).

El joyero, por medio de sus prácticas sobre objetos preciosos, puede reforzar los habitus de los clientes, activando su sistema de diferencias direccionadas por el gusto de las joyas.

Para el joyero, es posible concebir una relación entre la joya y el ámbito físico -biológico de la persona. Por ejemplo, cuando hay personas que utilizan, exclusivamente, joyas de oro, debido a que otro metal infecta o irrita la oreja de dicha persona. Esto también se observa en los aros para recién nacidos, los cuales tienen un tamaño determinado, son apegados a la oreja y el tornillo tiene un tope especial para que no raspe la oreja del bebe, además casi siempre debe ser de oro, para que no le produzca infección. El aro de bebe marcará un rito de inicio para el infante y su relación con las joyas, entregando así, información importante sobre el sexo del bebe que, sin duda, se trataría de una mujer.

Otro caso que es posible encontrar, son los aros de perlas utilizado por señoras de un estilo de vida más conservador. Antiguamente, este tipo de aros marcaron una tendencia en el sector más acomodado de la sociedad chilena. Pues, el alto valor que significaba tener unos aros de perlas cultivadas, se traducía a que las únicas personas que eran capaces de utilizar este ornamento, contaran con mayor poder adquisitivo. Actualmente, la obtención de perlas por medio de criaderos, lo que ha abaratado los costos, además se suma la perla sintética o

de fantasía. Todos estos factores han producido que el aro de perlas sea un objeto para todo público, perdiendo su carácter exclusivo de un grupo social específico.



Ilustración 33: aros de perla con oro. De 2 gr. con perlas de 5 mm.. Su valor aproximado es de \$75 mil



Ilustración 34: Collar de perlas de río con broche de oro.

Los aros y collares de perlas, según los joyeros entrevistados, eran mayormente utilizados por señoras de clase acomodada de un estilo más conservador. A diferencia de los aros juveniles que, por lo general, cuelgan de la oreja y tiene un gran tamaño.

Los joyeros deben atender a la necesidad de lo tradicional y lo exclusivo en joyas. Su imaginario está más identificado con los modelos clásicos, ya que es lo que se muestra en las vitrinas de las joyerías, respondiendo al gusto de las personas por una joyería más clásica. El producto del joyero está determinado por el gusto del cliente, si bien el primero tiene ciertos gustos por algunos modelos, su interés de fondo está dado por privilegiar el trabajo con ciertos metales, donde el mejor cotizado es el oro amarillo. Este presenta menor dureza y resistencia al trabajarlo, además reporta un ingreso económico significativo, pues la merma (el 10% del metal trabajado) le pertenece al joyero.

El oro amarillo de 18 quilates está vigente de manera generalizada en los talleres de Santiago y a nivel nacional. Este metal es el capital más común, no sólo de los clientes, sino

de las personas que lo posean. Es un capital que disponen los clientes y si lo desea puede utilizarlo para confeccionar una joya. En definitiva, el oro amarillo es, históricamente, el metal mejor cotizado en los talleres por parte de los clientes, en comparación con el platino y el oro blanco. En esta línea, la plata queda descartada, puesto que para el joyero no es tan interesante trabajarla, debido a que reporta menor ganancia. El joyero ha contribuido, históricamente, a incorporar las joyas de oro en el imaginario de las personas, sin embargo su uso está directamente relacionado con el estrato social de la persona. Claro está, que la figura del joyero se relaciona con mayor frecuencia con grupos de mayor capacidad económica, y esta relación tiende a distanciarse en sectores sociales de bajos ingresos, lo que no significa que estos no requieran de alguna joya. Estas son parte del imaginario colectivo de las personas y este imaginario es casi transversal, socialmente hablando.

El joyero fabrica mercancías que pueden clasificarse, como señala Appadurai (1991), en mercancías secundarias o suntuarias, las cuales están siendo constantemente restringidas por la demanda cultural que existe sobre las joyas, la cual está sujeta a los campos de la moda o para ser más específicos, al gusto. El joyero tiene conciencia de que su mercancía encarna un valor particular asignado por los clientes. Acudiendo a las ideas de Appadurai (1991), las joyas serían mercancías secundarias o de lujo, de menor o mayor grado dependiendo el tipo de joya. Estas están destinadas a desviar su fase mercantil en torno al joyero para pasar a ser regulada culturalmente por quien portará la joya (cliente). El oficio del joyero en sociedades pre-modernas estaba regulado por leyes suntuarias que permiten las jerarquías y rangos sociales. En cambio, el oficio del joyero actual está sujeto a las demandas de consumo, reguladas por los diversos sistemas de gustos, retroalimentando el conocimiento productivo del joyero. En este sentido, sobre el conocimiento técnico Appadurai señala que *“para la fabricación de mercancías secundarias o de lujo, en donde el gusto, el juicio y la experiencia individual suelen provocar claras variaciones en el conocimiento productivo.”* (Appadurai, 1991:61). Tal como ha sucedido con la introducción del brillante de corte moderno (en desmedro al de corte antiguo) en las joyas actuales o cuando el oro amarillo se introdujo en los talleres de Santiago desplazando al oro rosado (rojo). Ambos ejemplos, dan cuenta de un conocimiento productivo

reactualizándose a nuevas demandas, donde el brillante de corte moderno responde a un gusto actual, imponiéndose la estética de un brillo superior.

Los joyeros han construido y reconstruido su imaginario en función a la demanda suntuaria. El imaginario del joyero de Santiago ha estado en una relación dialéctica con la demanda compuesta por los diversos gustos encarnados por la moda. Esta última, es concebida como *“el impulso para imitar a los nuevos poderes, y este impulso se integra con frecuencia, para bien o para mal, con los imperativos suntuarios tradicionales”* (Appadurai 1991:57). Es decir, por más que la moda produzca cambios en las joyas confeccionadas por los joyeros, existen imperativos suntuarios irrenunciables como el de trabajar con metales nobles (oro, plata, entre otros), o el de utilizar piedras preciosas o semi –preciosas.

Además, se mantiene la continuidad de patrones ornamentales orientados al cuerpo (anillos, aros, y colgantes). En base a estos elementos, los joyeros siguen siendo los fabricantes de una parte de la vida simbólica de la sociedad, y las joyas el fiel reflejo de dicho fragmento simbólico.

El Catálogo.

Una de las formas en que se ha logrado fijar y plasmar el imaginario simbólico, que ha sido construido por los joyeros, es por medio del catálogo. Así, fue posible continuar reproduciendo los imaginarios vigentes y los cambios que han experimentado.

El catálogo es una de las herramientas complementarias al oficio, este ha sido utilizado tradicionalmente por los joyeros, como instrumento de persuasión y estímulo del gusto de los clientes. El catálogo consiste en una revista que contiene alrededor de cien imágenes de joyas clásicas (aros de perla, argollas de matrimonio, crucifijos, medallas, pulseras, y así una diversidad de diseños). El catálogo, por lo general, es un libro diseñado por alguna joyería de Santiago o extranjera, con el fin de difundir y facilitar la venta de joyas.

Habitualmente, los joyeros poseen este material de apoyo, ya que a través de él, pueden definir con mayor precisión y rapidez lo que un cliente necesita.

El catálogo está clasificado por distintas etapas dependiendo los tipos de mercancías. Por ejemplo, habitualmente, se comienzan con las joyas de oro, con distintos tipos de argollas de matrimonio, luego anillos de compromiso, anillos juveniles, medallas religiosas, zodiacales, crucifijos, aros de distintos tipos, cadenas y pulseras, y por último algunos modelos de plata en anillos y colgantes. Por lo tanto, el catálogo trata de sintetizar las piezas tradicionales fabricadas por los joyeros, no obstante no sólo es un resumen de joyas típicas, sino también representa el resumen de un sistema de gustos demandantes sucesivos de joyas que se convirtieron en clásicas y tradicionales. Dentro de los joyeros es posible encontrar la siguiente mirada sobre el catálogo, sus cambios e implicancias:

“El catálogo es fundamental. Antes tú tenías las revistas, se ojeaba y se ojeaba. Ahora tú tienes el computador, no tiene que ojear más. Un anillo que tienes en un computador los puedes explicar bien a un cliente, ni siquiera tienes la necesidad de dibujar que era una de las cualidades grandes que tienen algunos joyeros, pero ahora tú con el computador no hay necesidad. Tal vez ese es, en la venta de joyas, no en la joyería, el cambio más grande que ha habido. Los viejos hoy día vitrinean en internet antes de comprar una joyas y llegan con los modelos sacados de internet, y eso mismo produce la necesidad que tú seas mucho más experto, porque el mismo tipo que viene a comprarte una joya se ha informado que tipo de diamantes, de que depende su calidad. Y tú te das cuenta porque muchos te empiezan a preguntar o te cuentan que estuvieron investigando. Entonces cuando se dan cuenta que tú les respaldas lo que ellos vieron en internet, y les aportas con más información se ponen como satisfechos, y empiezan a confiar y dicen “ah este sabe”” (Leonardo Jeria, joyero de Santiago).

El catálogo del joyero de taller representa la vitrina que no posee, proporcionando información sobre el sistema de gustos. Algunos son de un carácter más tradicional y otros son modernos o vanguardistas, actualizando también el imaginario del joyero. El catálogo es una herramienta que permite consensuar los gustos de los clientes, aporta información al

cliente inexperto que busca una joya como obsequio. El catálogo es un documento iconográfico que representa la historia de los gustos establecidos, promueve continuidad material y simbólica de dichos gusto concediéndole el carácter tradicional a la joya. El catálogo permite la reproducción material y simbólica de las joyas, a pesar de los matices y diferencias que puede tener la pieza confeccionada; su formato de revista se ha complementado con los modelos que proporciona internet y por ende el joyero se ve enfrentado a un cliente más informado acerca de lo que necesita.

No obstante, el catálogo se torna irrelevante para clientes que buscan elementos de exclusividad en una joya. El joyero deberá responder a la necesidad de exclusividad de una joya. La ostentación expresada en mayor cantidad de joyas o bienes suntuarios en sociedades pre-modernas como la incaica o mapuche es un acto de prestigio, por lo tanto era exclusivo de ciertos grupos. En sociedades modernas, el joyero debe responder a un sistema de confianza y de gustos que hay sobre joyas. El primero implica una serie de elementos como los de la calidad de la joya (legitimidad de la pieza), tiempos de entrega entre otros que son fundacionales para el prestigio del joyero. Y el segundo tiene que ver con interpretar criterios de exclusividad que hablan de una distinción personal en la ornamentación corporal de los clientes.

Ahora pasaré a revisar los usos y prácticas sociales que tienen los clientes sobre los objetos de joyería. La construcción del gusto de las personas por las joyas y el rol del obsequio suntuario. Siendo los objetos de joyería y sus variaciones en el tiempo, lo que permitirá dar cuenta de las formas de distinción en diferentes sectores sociales, y las transformaciones que refleja la sociedad.

CONSTRUCCIÓN DE LA RELACIÓN SIMBÓLICA ENTRE CLIENTES Y JOYAS.

El gusto a pedido de los clientes.

La demanda por las joyas cobra sentido en distintos contextos históricos y culturales, más allá del deseo implícito que embarga a las personas, debe abordarse como un acto socialmente regulado. En este sentido Appadurai se refiere a que “*la demanda surge como función de la diversidad de prácticas y clasificaciones sociales*” (Appadurai 1991:47). En el caso de sociedades andinas prehispánicas, el consumo de bienes suntuarios estaba regulado por las elites incaicas. Para el caso mapuche, la platería estaba destinada a fortalecer y proteger sistemas de estatus entre los caciques. Ambos escenarios mencionados de alguna forma restringieron el exceso natural de las clasificaciones privadas y puramente individuales.

Sociedades complejas como la nuestra, con un sistema comercial y monetario operando en todos los ámbitos sociales, permiten la proliferación de innumerables clasificaciones a nivel privado. En el caso de los consumidores de joyas en Santiago están regulados por el gusto suntuario, este mecanismo se caracteriza por reunir las condiciones necesarias para acceder al capital con mayor facilidad. El gusto suntuario permitirá convertir a las joyas en algo singular, desviando la ruta mercantil del objeto hacia una ruta singular. La joya al singularizarse responde a un acto creativo de clasificar y significar objetos, que posteriormente el hombre atesora y va tejiendo un vínculo con estos.

Es posible que gran parte de los clientes interesados en los objetos suntuarios como las joyas más lujosas, puedan pertenecer a sectores de mayor ingreso económico, cuestión que facilita la posesión de los objetos de mayor lujo (joyas de oro amarillo o blanco con brillantes). Sin embargo, no descarto que personas de menores ingresos accedan, en menor medida, a la posesión de objetos suntuarios distintos de los primeros (en mayor medida joyas de plata, en menor medida a joyas de oro rojo con circones, y casi nunca a joyas de oro blanco con brillantes).

La demanda suntuaria en joyas estará determinada por los clientes que solicitan productos hechos por el joyero. Estos pueden clasificarse en dos tipos: clientes orientados al comercio (cliente indirecto o intermediario) y clientes orientados a obsequiar o portar joyas (cliente final o directo). Los primeros son del tipo comerciante con un alto conocimiento de las joyas y los gustos imperantes. Se mueven dentro de un amplio número de joyeros, pues estos pueden resolver la solicitud de alguna joya específica. El cliente comerciante tiene un diverso stock de joyas, las cuales pueden ser fabricadas a mano o importadas y confeccionadas a máquina. Entre ellas se hallan, gargantillas de mujer, medallas, aros de guagua, entre otras joyas. Al ser hechas a máquina permite que este tipo de joyas sean más livianas en peso, por ende tienen un precio asequible.

El comerciante le ahorra la tarea al cliente final de tener que visitar a un joyero, puesto que el comerciante puede ser una tienda de venta de joyas o un vendedor de joyas con clientela particular. Los clientes orientados al comercio, son un puente o intermediario para que la mercancía del joyero logre su destino al cliente que portará la joya. La relación que se produce entre joyero y cliente intermediario es mercantil, meramente utilitaria. Aunque es este último quien debe traducir los símbolos que requiere el cliente final. Existe una mediación simbólica cuando existe un cliente intermediario, pues este maneja un conocimiento sobre los gustos o más bien sobre los hábitos de las personas destinatarias de una joya; entendiendo los hábitos como *“principios generadores de prácticas distintas y distintivas”* (Bourdieu, 1997:20).

La demanda suntuaria, es una demanda simbólica y se acentúa de distintas formas en la sociedad, dependiendo de sus categorías de distinción o de sus gustos, el cual puede ser definido como *“el operador práctico de la transmutación de las cosas en signos distintos y distintivos, de las distribuciones continuas en oposiciones discontinuas; el gusto hace penetrar a las diferencias inscritas en el orden físico de los cuerpos en el orden simbólico de las distinciones significantes”* (Bourdieu, 1999:174). El trabajo del joyero estará sujeto al gusto del cliente, principalmente por el cliente que obsequiará o portará la joya. La joya elegida u acordada expresará una lógica específica que representa el espacio simbólico de la persona, donde reafirma aspectos que tienen que ver con el ornamento corporal como un

aspecto exclusivo, el cual transmite un mensaje de distinción. En este sentido, la búsqueda de lo exclusivo y distintivo por parte de un cliente no es otra cosa que un acto simbólico de distinción, el cual Appadurai (1991) interpreta como un signo de creatividad. De esta forma, la joya se desprende de su estado mercantil para ser un objeto singular. Sin embargo, este signo de creatividad (la joya) tiene el aporte del joyero, el cual a su vez depende del sistema de clasificación o de moda denominado gusto. Así, se va configurando una identidad social que se reafirma en la diferencia. Claro es el ejemplo de clientes que solicitan joyas étnicas, donde tenemos al cliente que porta este tipo de joyas por tema de valorizar y rescatar motivos que representen pueblos originarios, de igual forma, otro sector que se reconoce como parte de pueblos originarios y portan ornamentos que les permiten reafirmar su identidad étnica. Estos casos se describirán más adelante con mayor detalle (véase capítulo X).

El cliente que encarga una joya a pedido tiene dos posibilidades: portar u obsequiar la joya que solicita. Es sabido que en un contexto de regalo, la joya finalmente terminará siendo utilizada por alguien. En este sentido, me parece pertinente detenerse en el rol que tiene el regalo de joyas, como un intercambio simbólico, el cual permite reafirmar las relaciones sociales en distintos ámbitos. Siendo las relaciones de parentesco una de las más propicias para efectuar el acto de obsequiar joyas y transformándose en objetos para atesorar o guardar, en el sentido de Godelier (1998) y como una *metáfora entrañable*²⁸ que corresponde a un patrimonio familiar.

El sentido de una joya y su desvalorización cuando vuelve a ser mercancía.

El cliente que solicita su propia joya, no sólo potencia sus diferencias simbólicas, sino que, a su vez, potencia su patrimonio material. Sobre todo cuando hablamos de clientes adeptos al uso del oro. Por lo tanto, las joyas de oro pasan a ser patrimonio material de las personas y su familia. Por lo general, serán joyas que no se mercantilizan, las cuales principalmente recorren generaciones familiares, pues detentan un nexo con el pasado familiar y está

²⁸ Concepto utilizado por Fernando Martín Juez en su definición de patrimonio (2004)

destinada a ser guardada, respaldando lo expuesto por Godelier (1998), como una forma de reafirmar las diferencias identitarias entre individuos o grupos que componen una sociedad. Tal como ocurre con los Baruya de Nueva Guinea y sus objetos sagrados denominados Kawaimatnie, de los cuales pueden destacarse los dedos disecados de la mano derecha, (que cuelgan de la cuerda del arco) de un héroe legendario considerado por los Baruya, el cual es conservado por los descendientes de dicho héroe (Godelier, 1998).

Las joyas familiares guardadas en un joyero no son otra cosa más que objetos con historia, la cual está fuertemente ligada al pasado familiar. La singularidad de las joyas familiares sólo se verán afectadas en momentos de crisis económicas, pues como señala Appadurai *“la penuria económica, en todo tipo de sociedades, lleva a las familias a desprenderse de bienes heredados, antigüedades y recuerdos, para mercantillarlos.”* (Appadurai, 1991: 43). Esta situación es aprovechada por el sector de las compra-ventas de joyas, ya que estas pueden comprar grandes cantidades de joyas que retornan al circuito mercantil. Los joyeros también pueden aprovechar esta situación (aunque a un nivel menor), sobre todo cuando está necesitado de metal y coincide con una hechura de oro que deba realizar. En ocasiones los clientes traen su metal o joyas para la fabricación de otra pieza. Cuando una joya es reutilizada para elaborar una nueva joya es denominada chafa. La chafa es el metal que se ha trabajado más de una vez, por lo general corresponde a una joya que regresa a un estado mercantil.

Es importante señalar que la joya (supongamos que está hecha de oro) que alguna vez compró un cliente a un precio X, si dicho cliente decide vender aquella joya, que alguna vez fue preciada, su valor no irá más allá de los $\frac{3}{4}$ X. Es decir, que no sólo perdió su carácter como algo singular, sino que también su valor inicial- como joya o mercancía- no volverá a ser recobrado. Puesto que esa joya, en tanto símbolo sólo era reconocida, como tal, por el gusto de la persona que la poseía. En resumen, cuando un cliente decide mercantillar su joya, no sólo es desvalorizada en el ámbito simbólico, sino que también sufre una desvalorización como mercancía dentro de un mercado indiscriminado. La degradación de aquella joya es simbólica y económica, pues tiene muy pocas probabilidades de ser usada como joya. De modo que, es muy difícil que represente el gusto

personal de alguien ajeno. Cuando alguien decide vender sus joyas se produce un fenómeno anti-simbólico y anti-económico, desde el punto de vista de quien poseía la joya. Sin embargo, su base material (oro) está destinada a coincidir con los hábitos o gustos que se sientan representados con dicho metal. Sobre todo cuando la antigua joya es fundida, con el fin de satisfacer un nuevo pedido para algún otro cliente, que permitirá transformarla en una nueva joya, en un nuevo símbolo.

Prácticas sociales en el uso de las joyas. Una biografía sobre el uso de las joyas.

Está claro que los clientes de los joyeros antes de conseguir esta condición, debieron vivir alguna experiencia con las joyas, siendo esta vivencia la que posteriormente incidirá sobre las preferencias y gusto del cliente. Por lo tanto, para describir cómo se construyeron dichas preferencias es menester indagar sobre aquellos hechos que el cliente ha experimentado a lo largo de su vida en relación a las joyas, y cómo estas comienzan a cobrar sentido en la vida social de las personas.

Una de las primeras experiencias que es posible establecer entre las personas y las joyas, es la que se da en una recién nacida (mujer) con la primera perforación en su oreja para exhibir su primer par de aros. Todo este acto es realizado por los padres de la lactante, quienes distinguen y realzan el género de la niña. Cuando estos aros ya no se condicen con el crecimiento de la niña son cambiados por otros de mayor tamaño. Hasta que llega el momento de que la niña utilice sus propios aros sin necesidad de que estos sean exclusivamente de oro. Habitualmente, el destino de los aros de un recién nacido quedan guardados como recuerdo familiar, cumpliéndose lo señalado por Godelier (1998), en que hay ciertos objetos que deben ser guardados, debido a su valor emotivo dentro del grupo familiar. Posiblemente, los aros en cuestión quedarán a la espera a ser utilizados por los futuros integrantes se suman a la familia.

Otro de los objetos que han solicitado los clientes en función a sus hijos, es la fabricación de un colgante de oro para el primer diente de leche que bota el infante. Este colgante es

portado por la madre o el padre del niño(a), con el fin de distinguir una etapa biológica y social importante en la vida de su hijo.

La familia se transforma en una de las instituciones fundacionales en fomentar el uso de joyas. Esto se puede percibir con clientes que describen que su interés por las joyas está directamente relacionado con las relaciones sociales de parentesco. Principalmente, potenciada por los padres. La clienta Fidelina sostiene lo siguiente:

“Mi papá era marino mercante y le traía joyas de oro preciosas a mi mamá. Desde ahí yo siempre quise tener joyas. Cuando me casé con mi difunto esposo, él siempre me regalaba joyas preciosas, pero él sabía que me gustaban” (Fidelina, cliente particular).

Es el padre quien potencia esta práctica de utilizar joyas, donde la madre es la portadora de ellas, siendo el obsequio un vínculo importante dentro del contexto familiar, reforzando sus lazos. Por lo tanto, la reproducción simbólica del uso de joyas emana de este cuerpo social denominado familia, cuyas estructuras, como sostiene Bourdieu, sólo pueden *“perpetuarse a costa de una creación continuada del sentimiento familiar. Principio cognitivo de visión y de división que es al mismo tiempo principio afectivo de cohesión, es decir de adhesión vital a la existencia de un grupo familiar y a sus intereses.”* (Bourdieu, 1997: 132). Aunque también aparece el sentido de distinción, ya que el acto de portar joyas, por parte del cliente, representa un reforzamiento a sus atributos femeninos y familiares.

Otra de las clientas que quiero exponer nos indica la importancia del obsequio parental y su gusto arraigado por las joyas. Señalando lo siguiente:

“Desde pequeña, siempre me gustaron las joyas. Y siempre decía cuando tenga plata voy a comprar mis joyas, y gracias a dios lo pude hacer. En mi familia a mi papá le gustaban mucho las joyas, siempre le regalaba cosas a mi mamá o nos regalaba cosas a nosotros, y a mi mamá no le gustan. Ahora que tiene 87 años recién le está gustando” (Patricia, cliente).

Así, como en épocas medievales, las familias nobles contaban con sus propios joyeros, también las familias modernas requieren de los servicios suntuarios de un joyero, con el fin

reforzar los lazos sociales de parentesco y reproducir los bienes simbólicos. El cliente y el joyero generan una relación o un espacio social, donde el interés suntuario tiene un carácter singular en torno a la joya, este es el elemento símbolo que posteriormente detentará una biografía propia. Como hemos tratado de explicar en el armado teórico expuesto, el joyero elabora algo más que mercancías, pues sus joyas son para sujetos sociales, los cuales se están reinventando simbólicamente por medio de estos objetos que se socializan.

Es el gusto por las joyas el que permite su consumo, sin estos elementos la joya no se completa como tal. Unos aros de plata versus unos de oro son determinaciones de distintos valores de uso y de gustos, representan “*un proceso continuo de la vida social en que los hombres definen los objetos en términos de sí mismos y, recíprocamente, se definen a sí mismos en términos de los objetos.*” (Salhins, 1988: 169). La persona que prefiere aros de plata no opta únicamente por un tema económico, sino que también define aspectos simbólicos, como algo tradicionalmente usado en su grupo parental o de amistad. Además es un objeto que puede tener un uso más cotidiano. Para la persona que privilegia algo de oro también responde a estructuras que emanan de los grupos parentales o de amistad, pero su cualidad de joya preciosa se destaca con mayor fuerza, exhibiéndose con mayor libertad en momentos especiales (fiestas u ocasiones especiales). Además, una pieza de oro significa apropiarse de un mayor capital económico y simbólico.

Cada uno de estos gustos, como señala Bourdieu, provienen de estilos de vidas distintos. La apropiación material y simbólica, por medio de objetos enclasantes, habla de preferencias distintivas y clasificatorias que representan un espacio social determinado.

Continuando con el cliente directo (particular), cuando la joya a confeccionar es para uso personal, tratarán de que esta represente su individualidad, sus intereses simbólicos. Como el caso de algunas mujeres, ven en ellas elementos que potencian su feminidad:

“Siempre me han gustado las joyas, oro y plata. Yo puedo estar enferma o haciendo el aseo y estoy con mi joyas. Son parte mía yo no me veo sin aros o sin un anillo, me siento incomoda. Creo que a uno la hacen más femenina. Hay mujeres que se ven tan deslavadas, pueden estar con las tenidas más maravillosas, pero si andan sin ninguna joya se ven como

despreocupadas. Para mí la joya es muy importante, porque una mujer sin aros se ve mal”
(Patricia, cliente particular).

“Además uno se ve más femenina, una mujer sin joyas es como una mujer sin gracia, sin vida” (Fidelina, cliente particular antigua).



Ilustración 35: Clienta exhibiendo su argolla matrimonial, junto con dos anillos de oro. Uno con brillantes y el otro con brillantes y esmeraldas.



Ilustración 36: La misma clienta exhibiendo un aro de oro con brillantes y esmeralda que hace juego con el anillo de la imagen anterior.

Dos clientes mujeres tienden a definir el uso de joyas como elementos que refuerzan sus atributos femeninos. Distinguiéndose de las mujeres que no usan joyas como poco femeninas. Aunque el uso de las joyas no tenga utilidad alguna en la subsistencia cotidiana de las personas, sí tienen relevancia en el cotidiano simbólico de ellas.

Los joyeros han fortalecido principalmente elementos que tiene que ver con la feminidad en las mujeres, en donde los objetos cada vez indican aspectos más específicos de las personas. Un claro ejemplo de ello, son los colgantes en que aparecen las figuras de niños. Estos hacen alusión a la maternidad de la mujer, siendo uno de los objetos típicos que se utilizan en la actualidad. Dichas figuras no sólo indican que la mujer que lo porta es madre, sino que además indica la sexualidad de cada uno de los hijos y el número de estos.



Ilustración 37: Colgante de plata que indica que la portadora de la joya tiene tres hijos, dos hombres y una mujer. Tiene un valor aproximado de \$35 mil.

Este tipo de cliente requiere de un joyero para conseguir intereses que respondan al factor exclusividad, lo cuales no son fácilmente conseguidos en una joyería orientada la venta. Sobre esto señalan algunas clientas:

“Yo cuando empecé a comprar joyas tuve la suerte de tener un vecino joyero. Entonces primero mi papá le encargaba para la familia, después cuando falleció mi papá yo le encargaba y hacia los diseños. Después el joyero dejó de trabajar porque le empezó a fallar la vista. Así que después llegué al taller del Eduardo Maripangui, porque ahí hacían cursos de joyas. Yo nunca compré en joyería, siempre he preferido algo que me guste a mí, que sea más exclusivo, eso se logra con un joyero” (Patricia, clienta particular antigua).

Es importante señalar que el sentido de belleza de una joya, según Godelier (1998), está directamente relacionado con un sentimiento de identificación entre la persona y el objeto que se exhibe, realzando cualidades y atributos íntimos de la persona, como un objeto único

y exclusivo fabricado a gusto de la persona, sellando al objeto como algo distintivo para la persona y como una ex -mercancía hasta que su propietario lo someta a intercambio mercantil nuevamente.

En el caso de clientes captados por medio de internet, también el carácter del pedido es por la búsqueda de piezas exclusivas, como una zapatilla de futbol (ver imagen 42):

“Recurrí a un joyero porque quería una pieza original y no quería algo copiado. Me refiero a que no sea hecho en serie” (Francia, clienta particular en su primer pedido).

Los clientes están en la búsqueda de una pieza particular, única y exclusiva, ajena a lo masivo y corriente. Marcar diferencia por medio de objetos suntuarios como las joyas, no sólo tiene que ver con una idea de los elementos exclusivos de la pieza, sino que también recaen en ella elementos que indican ciertos atributos individuales de las personas.

Una joya que hace referencia a un equipo de futbol particular, es claramente un elemento que permite marcar o clasificar a la persona que lo porta, como un seguidor de dicho equipo representado en la joya. De acuerdo con Douglas e Isherwood (1990), los bienes son necesarios para los hombres en su comunicación y construir un sentido con su entorno.

Por su parte Alfred Gell, en su estudio sobre el consumo de bienes de prestigio de los muria, señala que la joyería de plata es adquirida por medio de la compra directa de estos bienes. *“la joyería es una propiedad individual, importante porque representa un medio para el adorno personal. (..) Usan joyas para adquirir un aire de respetabilidad, y no de presunción. Es decir, realizan las compras en cuestión con la meta de expresar conformidad, y no de manifestar originalidad o individualidad”* (Appadurai, 1991:156-157). Si bien el uso de joyas ha sido una práctica proveniente de grupos extranjeros, los muria rigen su consumo de bienes suntuarios con el fin de mantener una imagen colectiva.

En el caso de los vaygu'a- objetos preciosos del Kula- su función se explica por el valor emotivo de estos objetos, los cuales se deben a sus artesanos quienes crean valor al objeto por el talento puesto en él (Malinowski, 1995). Similar situación ocurre con nuestras joyas la exclusividad y originalidad son proporcionadas por el joyero. Estos acuerdan e

interpretan la solicitud establecida por el cliente, lo que da como resultado una pieza única fabricada a mano.

Sin embargo, gran parte de los vaygu'a son excesivamente grandes para su uso, pero son objetos de uso ceremonial. Sobre esto Malinowski describe los brazaletes de concha (nwali), se utilizan en grandes festividades, danzas ceremoniales más importantes y enormes asambleas en que hay representaciones de varias aldeas. El autor comenta:

“nunca pueden usarse como adorno diario ni en ocasiones de menor importancia, tales como pequeñas danzas de aldea, asambleas de cosechas, expediciones amorosas... Estos objetos no se poseen con el propósito de usarlos; el privilegio de poderse embellecer con ellos no es el verdadero objetivo de la posesión.

Es más – y esto es bien significativo-, la gran mayoría de los brazaletes de concha, casi el noventa por ciento, son una talla demasiado pequeña para podérselos poner, incluso para los muchachos y muchachas jóvenes. Unos son tan grandes y valiosos que no se usan en absoluto, excepto una vez cada década y lo hace un hombre muy importante en un día muy festivo. Aunque todos los collares de concha se pueden usar, algunos de ellos están considerados también demasiado valiosos, y son incómodos para el uso frecuente y sólo se llevan puestos en ocasiones muy excepcionales” (Malinowski, 1995:100).

Las joyas actuales son fabricadas para ser utilizadas, y sus receptores, que por lo habitual son mujeres, buscan apropiarse de objetos que aporten atributos a la estética femenina. Sin embargo, estos objetos pueden ser utilizados en distintos contextos sociales. Por ejemplo, objetos que se utilizan en el día a día, como lo puede ser una argolla de matrimonio, una cadena o pulsera de plata, o alguna joya que recuerde un momento especial para la persona. Igualmente, existen joyas más finas y valiosas que son de uso exclusivo para eventos sociales importantes. Malinowski (1995), denomina este tipo de objetos como objetos de gala dentro de los vaygu'a, cuya función es ornamental. Por último, se encuentran las joyas que prácticamente no se usan y tienden a ser guardadas, puesto que son joyas antiguas, y más que expresar una belleza ornamental están representando valores emotivos y familiares, donde se atesoran recuerdos e historias de esas personas.

Para los clientes directos las joyas también permiten construir una temporalidad. Marcando ciertos hitos o eventos significativos para la persona. *“el paso del tiempo puede entonces cargarse de significado... Los bienes de consumo sirven para registrar estos intervalos: el repertorio de su cualidad surge de la necesidad de diferenciar a través del año calendárico y del ciclo vital”* (Douglas e Isherwood, 1990: 81). Ceremonias religiosas, graduaciones estudiantiles, cumpleaños, aniversarios, navidades, entre otros momentos relevantes para la vida social de una persona son habitualmente distinguidos con algún objeto de joyería como forma de retribuir un momento especial en la persona. Dichos acontecimientos son clasificados por medio del acto del obsequio.

Un ejemplo bastante común es cuando se celebra la primera comunión, donde la familia, frecuentemente obsequia al niño objetos de plata u oro con alusiones a imágenes o símbolos religiosos (principalmente católicos). Este acto es parte de la idiosincrasia de nuestra sociedad. Estas joyas de oro y plata pueden corresponder a cadenas con medallas de santos, crucifijos, denarios, rosarios, aunque estos dos últimos están dirigidos principalmente para las mujeres.



Ilustración 38: Pulsera cartier de oro con medallas estampadas con santos. Tiene un valor aproximado de \$600 mil

Es al interior de la familia donde comienza el interés y la apropiación por las joyas, además de las prácticas que implican. Por ello, la familia es una de las instituciones que permite la reproducción de actos simbólicos, como lo es el uso y el obsequio de las joyas.

Un caso bien representativo es la joya que muestro a continuación, donde la familia solicita guardapelos de plata para guardar parte del pelo de su fallecida madre.



Ilustración 39: Guardapelo de plata con una tapa de cristal para proteger el pelo de la persona fallecida. Valor aproximado de \$25 mil

El guardapelo que muestra la imagen, simboliza un nexo entre el hijo y la madre fallecida. El objeto permite acercar al hijo con su fallecida madre, ya que este objeto contiene el pelo de ella. Ciertamente, el valor emotivo que tiene este guardapelo es inconmensurable, es un objeto singular y sagrado para la familia que vivió la pérdida de un ser querido.

El obsequio suntuario como una metáfora entrañable.

En la vida moderna, es posible identificar el regalo como un acto por el que el individuo entrega un objeto o presta un servicio sin esperar nada a cambio. Esto se produce principalmente al interior del grupo familiar u otro tipo de relaciones (amistades o relaciones amorosas). Es evidente que el obsequio comienza primeramente al interior del grupo familiar. Esto es lo que Malinowski denomina como regalo voluntario *“son presentes característicos de la relación entre marido mujer y padre e hijos...con frecuencia se hacen regalos el uno al otro, especialmente el marido a la mujer”* (Malinowski, 1995: 183). El obsequio voluntario se practica de padre a hijos, por medio de objetos preciosos con el fin de que adquieran asociaciones dentro del Kula.

Una de las maneras más representativas de la sociedad para distinguir hitos o periodos importantes en la vida de una persona, ha sido el acto del obsequio. Esto se ha logrado a través de objetos suntuarios, como las joyas fabricadas por los joyeros. Sobre esto, es posible destacar los siguientes testimonios de los clientes:

“El anillo es por los 50 años de mi pareja. La combinación es muy bonita, aunque el original era distinto. Ella quería un anillo Panter” (Leo, cliente particular).

“Nació por el hecho de un regalo, que a la niña que se lo voy a regalar siempre había querido unos aritos de bailarina y nunca había encontrado. Ella es bailarina. Empecé a buscar por internet y vi mercadolibre.cl y te pille a ti. Entonces te consulté y me dijiste que se podía hacer y concretamos la transacción” (Eduardo, cliente particular. Ver imagen 41).

“Este es un regalo para otra persona. Por una cosa en especial. Se va fuera de Santiago. La figura de un zapato de futbol porque sabe jugar futbol, es futbolista. Encuentro más llamativa la plata, me gustó. Es económico y es lindo” (Francia, cliente particular).

Cuando se realizan obsequios por medio de joyas, no hay solamente un sentido de marcar una temporalidad o hito importante, sino que también en ocasiones hay que observar lo que quiere representar ese objeto, ya que según los comentarios de los clientes es posible encontrar elementos que identifican ciertos aspectos de la vida social de la persona que finalmente portará la joya.



Ilustración 40: Obsequio de colgante de oro alusivo a un equipo de fútbol. \$70 mil



Ilustración 41: obsequio de aros de bailarina, para una estudiante de danza. \$15 mil



Ilustración 42: Obsequio de un colgante de plata para un amigo futbolista. \$12 mil



Ilustración 43: Obsequio de un familiar a otro debido que este último posee un perro Bull Terry. Colgante de plata vendido en \$15 mil.

El joyero juega un rol importante en el acto del obsequio, las joyas están íntimamente ligadas con la idea del obsequio. En las semanas cercanas a la navidad, los joyeros son altamente demandados, sin mencionar que esta tendencia ha bajado con respecto a navidades pasadas.

Sin embargo, no hay que dejar de lado el análisis realizado por Bourdieu (1997) en cuanto al obsequio como un acto que implica una sintonía entre los habitus de quién obsequia y el obsequiado, dicha sintonía refleja el objeto obsequiado, en donde un obsequio de oro o de plata habla de los habitus involucrados en el acto del obsequio.

Existe una práctica histórica relacionada al obsequio suntuario donde, a través de las joyas, es posible mencionar diversos ejemplos, como los realizados por los caciques mapuches a sus mujeres con el fin de proporcionarles estatus, donde ciertamente, hay un acto de dominación. El anillo de compromiso también ha sido uno de los obsequios tradicionales

que aún se mantiene vigentes. Entre los objetos que se fabrican están los anillos o medallas de graduación escolar, edad cumplida, o algún evento importante, obsequiado de padres a hijos. Pueden ser diversos los motivos que permiten transformar un acto desinteresado en obsequios suntuarios, estos contienen elementos que permiten distinguir aspectos culturales que estructuran y clasifican la vida social de las personas, dichos elementos pueden distinguir grupos culturales, estatus social, historia parental, poder simbólico y material, entre otros.

Un obsequio familiar es un potencial patrimonio, el cual se va cristalizando en la medida en que el grupo familiar reconozca y proteja el vínculo que ha construido con el objeto. Un caso palpable, es lo que sucede con las joyas que se van heredando y van adquiriendo este carácter patrimonial al interior de la familia.

Sin duda, los obsequios suntuarios son objetos que están al margen de un intercambio económico, su estado de joya obsequiada es inquebrantable para el mercado, y estarán circulando entre sus dueños y familias. Estas joyas obsequiadas llegarán nuevamente al joyero cuando sean reparadas o transformadas.

Es posible establecer algunas relaciones y diferencias entre objetos suntuarios tribales como los *vaygu'a* y las joyas actuales descritas. Ambos logran un estado de obsequio, la diferencia está en que los *vaygu'a* están en un constante estado de circulación. No es propiedad de nadie, pero todos lo poseen alguna vez. Cada uno de estos objetos contiene una historia o leyenda en las tradiciones indígenas. El obsequio de objetos preciosos era regulado por una jerarquía, la cual establecía el privilegio -para los jefes o ancianos- de poseer temporalmente los *vaygu'a* más codiciados. Por su parte, las joyas modernas pueden ser obsequiadas con el fin de pertenecer a un dueño, creando un nexo emotivo e histórico con el objeto. Cuando la joya pasa a ser un patrimonio familiar puede circular de una generación a otra. El nuevo propietario mantendrá el nexo con su pasado familiar.

Coincidimos desde la perspectiva de Malinowski (1995), sobre la idea de un sentimentalismo histórico presente en las distintas culturas sobre estos objetos. Con el mismo romanticismo en que los nativos de las islas Trobriand perciben los *vaygu'a*, como

parte de su patrimonio a nivel inter-tribal. Asimismo, el hombre moderno se aferra a sus joyas, que han sido productos de un obsequio familiar o amoroso.

Los objetos preciosos que se dan y se conservan como los que se han descrito en este capítulo, tienen por función anclar puntos de fijación como diría Godelier (1998), donde es posible percibir el despliegue de identidades individuales o colectivas. Tal como sucede con las joyas de plata, cuyo diseño ilustra una realidad determinada de quienes utilizarán el objeto.

Por último, el obsequio de joyas cuyos precedentes históricos son evidentes, ha estado sujeto a distintas regulaciones sociales en culturas tribales, a diferencia de las sociedades modernas donde el acto del obsequio es más espontáneo y voluntario. El obsequio de joyas, ha sido uno de los principales motivos por el cual el joyero y su oficio continúan una labor tan antigua y vigente, en este afán de representar ciertos rasgos simbólicos de nuestras relaciones sociales.

Pedidos de joyas y sus diversos significados.

En el siguiente cuadro describiremos los distintos tipos de pedidos de joyas, las cuales pueden ser analizadas desde sus contextos. Es decir, los factores que conducen a realizar un pedido. En cuanto al propósito del mismo, tiene que ver con el sentido a nivel social que tiene dicho objeto. Sobre el significado del objeto, me refiero a cómo el ícono está vinculado a ciertos aspectos distintivos de la vida de la persona que lo utilizará.

En lo que se refiere a las características del pedido hace alusión al tipo de objeto, definición del material, la forma y peso. Por último, el valor que tiene el pedido antes de salir de su ruta mercantil.

Cuadro 3: Pedidos.

Pedidos	Contexto del pedido	Propósito del objeto	Significado del objeto	Características del pedido	Valor en su estado mercantil
Colgante de un zapato de futbol.	Realizar un obsequio a un amigo importante.	Reforzar los lazos de sociales y emotivos de una amistad.	El objeto refleja a una persona que se dedica al futbol profesional.	Colgante de plata para hombre, que fue fabricado en base a una réplica de una foto de un colgante similar.	\$10.000
Aros de bailarina.	Efectuar un obsequio a una amiga importante.	Reforzar los lazos de sociales y emotivos de una amistad.	Objeto que distingue los atributos de la amiga sobre su carrera de bailarina.	Aros de plata extraído por el joyero de una imagen de bailarina.	\$15.000
Hermanar aros.	Restituir la pérdida de un aro obsequiado por el novio.	Aro de oro que representa un vínculo emotivo con la pareja.	Objetos que representa un recuerdo.	Hermanar y replicar un aro de oro, reutilizando oro de joyas antiguas de la clienta.	\$35.000
Argollas de nupciales	Dos personas que contraerán matrimonio.	Fijar, por medio de los argollas, un acto tradicional en el rito matrimonial	Distinguen a las personas que se encuentran participando del matrimonio	Acordar la forma de las argollas y el peso acorde al presupuesto (10gr.), ofreciendo un producto más económico que en joyerías.	\$290.000

Colgante de rostro de un perro	Obsequio a un familiar	Colgante de plata que refleja el rostro de Bull Terry, expresando la relación existente entre la mascota y la dueña	Distingue a la persona que es dueña de un perro Bull Terry	Reproducir en plata el dibujo solicitado por la clienta, ya que para esta era algo exclusivo	\$15000
Platería mapuche	Contra-obsequio de empresa chilena a empresa china, la que obsequió un papiro chino Ancestral.	Reforzar lazos laborales entre empresas,	Platería mapuche la cual tiene un contenido cultural.	Reproducción de platería mapuche a la antigua usanza.	\$100.000

La información de este cuadro fue obtenida de primera mano en un taller de Providencia.

Cada pedido constituye un objeto que clasifica y contiene elementos simbólicos que facilitan nuestras relaciones sociales en la vida cotidiana. El acto del obsequio es una de las prácticas que le dan sentido a esta forma de distinguirse, socialmente, por medio de estas joyas.

El caso del pedido de una joya en un contexto de obsequio familiar.

No puedo negar, que cuando comencé en este oficio, era reticente y tenía un cierto grado de prejuicio en torno a las personas que compraban joyas. Sin embargo, la cotidianidad experimentada fue disipando ese pensamiento, y aunque algunos consideren que poseer estos objetos es innecesario, irracional o fetichista, siento informar al lector, que es una

realidad dentro de un contexto capitalista moderno. Realidad a la cual el investigador debe detenerse y prestar atención.

Este verano tuve la oportunidad hacer la entrega personal de un par de aros de oro en la casa de la señora María Olivia de la Barra (cliente de hace varios años atrás). Estos aros habían sido confeccionados (por uno de los maestros del taller) hace un año atrás, a una de las hijas de la señora María. Debido al nacimiento de una nieta. Fue así como la cliente se comunicó con el joyero y le manifestó su interés por reproducir los mismos aros que se habían realizado anteriormente para una de sus hijas. El joyero para hacer memoria le solicitó los detalles de los aros, la Sra. María evitó la visita al taller enviándole una foto de los aros (por correo electrónico), detallando las medidas tomada por ella. La imagen era bastante borrosa y prácticamente no se notaban los cuatro brillantes que llevaban en el centro. De modo que, estimar la medida del brillante sería una suerte de lotería. A partir de esto, el joyero le envió el presupuesto, este se aprobó y los aros fueron confeccionados.

Nuevamente, la señora María no se animó en ir a visitar el taller para retirar los aros. Fue ahí, que me enviaron para su entrega. Al llegar a la vivienda de la cliente, fui recibido por la empleada que me hizo pasar a la casa. Cuando apareció la Sra. María me preguntó cómo habían quedado y si acaso eran iguales a los de su otra hija, ya que estos serían un regalo para su hija menor, la cual le daría otra nieta. Cuando observó los aros y se los probó diciendo -parece que son más chicos que los otros-, en ese instante llega su hija que portaba los aros de oro que debían ser replicados. Ahí logré distinguir las diferencias (era más pequeño que el original), le mencioné que habíamos seguido las medidas enviadas por correo electrónico, pero en las piedras es difícil estimar una medida con una foto o por teléfono como lo intentaron definir con el joyero. La cliente me consultó si es que podían arreglarse, puesto ella no quería que estos aros fueran más chicos que los del modelo original. Me explicaba que no quería hacer diferencias entre las hijas, una con un aro más grande que la otra. Respondí que la única posibilidad era confeccionar nuevamente los aros.



Ilustración 44: Diferencia de los aros con el modelo a seguir que se encuentra en el medio.

La clienta mandó de vuelta los aros recién fabricados, junto con los aros modelos de la hija. Con el modelo las diferencias entre uno y otro serían despreciables. El joyero, no sólo tuvo que confeccionar nuevamente los aros, sino que tuvo que elevar el presupuesto, ya que requirió de brillantes más grandes y una pieza un milímetro más grande. La segunda entrega se concretó sin problemas.

De lo descrito anteriormente, es posible desprender algunos elementos interesantes. Comencemos por referirnos que la clienta Maria Olivia de la Barra ha recurrido hace unos 10 años al mismo joyero, en donde las hijas se han hecho sus anillos de compromiso, argollas de matrimonio y estos aros mencionados. Su último pedido fueron regalos de aniversario, donde ella obsequió unas colleras de oro con rubí y el un anillo de oro con una piedra de raíz de zafiro.

De acuerdo a lo relatado, el joyero tiene un rol protagónico en la demanda suntuaria de la familia, existe un grado de confianza y fidelidad depositada hacia el joyero.

Sobre este caso en específico, es posible distinguir lo importante que es para el cliente obsequiar una joya a una de sus hijas. Con el fin de marcar ciertos hitos familiares, como lo es el nacimiento de una nieta, además, priorizan metales como el oro amarillo con brillantes (apropiación de objetos lujosos), cuidando el sentido de igualdad entre las joyas regaladas para las hijas. Son obsequios dentro de una familia que responde a los estilos de vida de sus integrantes, hay una correspondencia entre sus habitus.

El inconveniente producto de la diferencia del aro confeccionado con respecto a los enviados en la foto, tuvo su génesis en el desconocimiento de la clienta en interpretar las medidas del modelo. La imagen enviada no es suficiente para reproducir una pieza similar, puesto que al haber un aro modelo que circula en la misma familia, las diferencias se hacen más notorias. Con la imagen no se lograron todos los consensos entre el joyero y el cliente, pues se acordaron las materias primas como el oro amarillo, brillantes, forma. Sin embargo, las dimensiones no se consensuaron correctamente provocando devolución de la pieza para luego volver a ser transformada. Ya cuando el modelo a seguir estuvo en manos del joyero, se produjo el consenso con el cliente y fue posible consumir el sentido simbólico de los aros dentro del grupo familiar.

En esta descripción nos encontramos con el joyero participando en un contexto de obsequio familiar. El cual venía a marcar un hito especial en la vida familiar de estas personas, reforzando lazos parentales donde existe una práctica que incrementa el capital simbólico familiar. De esta manera, el obsequio viene a ser un acto de reconocimiento familiar, donde las categorías de percepción y de valoración coinciden en ambas partes. Por otro lado, la idea de que esta joya tenía que poseer ciertas características que no hicieran diferencias dentro del grupo familiar. Por ello, era importante mantener el sentido de igualdad con la pieza original.

La distinción que se busca es por medio de un objeto (aros) de oro con brillantes. El cual nos indica que dicho gusto está más orientado a personas con mayores posibilidades de apropiarse de objetos de lujos, siendo el obsequio un vehículo para dicha apropiación. Por

último, el joyero tiene un rol activo en este tipo de contextos, como forma de materializar y simbolizar ciertos hitos en la vida social de un grupo familiar más acomodado.

En cuanto a los primeros aros que fueron fabricados, no han sido fundidos, sino que han sido guardados por el joyero, con propósito de encontrar el interés de otro cliente, lo que posteriormente sucedió, ya que un apareció un interesado por aquellos aros, y además solicitó un anillo que hiciera juego con los aros. En otras palabras, el joyero aprovechó un trabajo realizado, puesto que sí los aros eran fundidos, su valor quedaría reducido al peso del metal para que así, nuevamente este sea utilizable en la fabricación de otra pieza, desperdiciándose el trabajo realizado.

Ciertamente, la joya de un catálogo no ejerce el mismo poder en el cliente que una joya terminada. En este sentido, el joyero al contar con una pieza elaborada impone con mayor facilidad sus términos materiales y estéticos. Cuestión que se logró con la joya rechazada, pues de ser obsequio cuyo modelo representaría un hito familiar, pasó a ser una joya personal, donde el par de aros causó un interés distinto en otro cliente, quien a su vez, solicitó la elaboración de un anillo estéticamente similar con los aros.

La vida social y simbólica de algunas joyas.

Existe un amplio número de modelos de joyas, dentro de las cuales algunas han cobrado un significativo valor social. Son las que yo llamaría: joyas simbólicas por tradición. Entre las cuales pretendo describir, las argollas de matrimonios, “la ilusión” y el anillo de compromiso. Estas son una prueba patente de cómo se ha construido una tradición para el uso de estos objetos, ya casi como una práctica inherente en la sociedad occidental. Siendo los joyeros (productores) parte importante en la construcción y legitimación de este imaginario. La relación de los joyeros y los consumidores con estos objetos nos proporcionarán información relevante sobre nuestra sociedad actual.

Comencemos con algunas reseñas históricas, para entender el contexto sobre estos anillos símbolos, como por ejemplo, los anillos de bodas. Hay indicios que en el antiguo Egipto, el uso de las argollas de bodas sellaba la unión matrimonial. La forma circular de los anillos,

representaban la eternidad, el infinito; una línea sin fin del amor que se juramentaba. Si se pertenecía a una alta escala social, los anillos eran fabricados en oro. (www.joyasestilos.es/alianzas)

Esta práctica egipcia fue adoptada por los griegos, los cuales arraigarían la costumbre de usar el anillo en el dedo anular, ya que estos pensaban que en este dedo existía una vena que estaba conectada directamente con el corazón, lo que potenciaba mucho más la idea de amor eterno. También los griegos se encargaron de innovar en la inscripción de las iniciales o nombres de las personas y la fecha en que contraerían matrimonio. Posteriormente, el imperio romano adoptaría esta costumbre, y cuando la religión católica fue abrazada por el imperio, el rito de las argollas matrimoniales fue apropiado por la religión católica, aunque tardó varios siglos en convertirse en un rito clásico del catolicismo. (www.joyasestilos.es/alianzas)

Me parece que el caso que expondré a continuación, dará cuenta, empíricamente, sobre algunos cambios sociales a través de estos objetos, donde la vida social de ciertas joyas marcará una serie de aspectos culturales y sociales en la actualidad chilena.

Hay que decir que hace más de 40 años atrás los joyeros confeccionan una gran cantidad de anillos de oro, que simbolizan el grado de unión entre parejas. Estos objetos simbólicos son conocidos como “la ilusión”, argollas de matrimonios y anillos de compromisos. La gran demanda de estas joyas simbólicas, socialmente reconocidas, no sólo refleja la gran cantidad de oro que podía producir el joyero, sino que este último era constantemente requerido para la confección de este tipo de piezas, manteniendo y reproduciendo estos objetos simbólicos sobre la unión de pareja.

Las argollas nupciales, por lo general, son confeccionadas en oro y son idénticas para ambas personas. En su interior se graban los nombres y apellidos de cada persona, además de la fecha en que se efectuaría el matrimonio. Se utilizan en la mano izquierda y son el símbolo distintivo de unión marital en la sociedad occidental. Algunas personas se confeccionan argollas exclusivas, sin seguir los cánones tradicionales de estos anillos.

Ciertamente, existe una supremacía de la argolla clásica de corte inglés. Sobre esto, algunos joyeros señalan:

“La argolla de matrimonio sigue igual, antes era la argolla inglesa y chao. Hoy día hay muchas variaciones que muchas veces el hombre quiere una cosa y la mujer quiere otra. Tú los miras y dices no son marido y mujer. La argolla sigue siendo el símbolo del matrimonio. Hay mucha gente que prefiere la inglesa” (Leo Jeria, joyero de Santiago).

“Ellos venían más que nada por pulseras, por anillos y por argollas de matrimonio que siempre pedían, porque antes se casaban caleta y otra que el oro no era caro. Antes uno podía hacer unas 10 pares de argollas de matrimonio, ahora al año puedes hacer unas 20 con suerte. La gente antes estaba más preocupada en casarse y hacerse sus argollas” (Juan Alfaro, joyero de Santiago).

Más allá del precio del oro, el joyero distingue un antes y un después en relación al matrimonio, como una práctica que ha venido disminuyendo. El joyero saca sus propias conclusiones debido a la baja producción de este tipo de anillos.

“Antes hacíamos argolla por cientos, ahora tú ves en el taller serán unos dos pares de argollas mensuales aproximadamente. La gente antes se preocupaba más en casarse” (Eduardo Maripangui, joyero de Santiago).

Independiente de la disminución en la producción de argollas en los talleres, los joyeros hablan del matrimonio como una práctica que beneficiaba su trabajo. Diferente es lo que ocurre en la actualidad, ya que perciben al matrimonio como una práctica menos frecuente. Por ende, el joyero menos requerido para este tipo de labor. Esto nos dice como ciertas prácticas culturales han incidido en el oficio del joyero, quedando reflejado en el ámbito productivo.

Las argollas matrimoniales son unos de los objetos simbólicos que mejor reconoce la sociedad en cuanto a su significación. A pesar de que el matrimonio, hoy en día, sea menos importante para las personas, está muy lejos de desaparecer. Junto con ello, las

argollas seguirán existiendo como símbolo de distinción principal de unión marital, independiente de que éstas sean distintas entre sí o que estas sean utilizadas por las parejas.

A partir de las experiencias en terreno, puedo mencionar que una pareja me contactó por dato, para solicitarme una par de argollas de matrimonio. Después de indagar por joyerías no encontraron una solución convincente a un detalle específico que ellos requerían. Este detalle consistía en confeccionar sus argollas con un oro que poseían, dicho material, no era otra cosa, que las argollas de matrimonio de los abuelos heredada a una de las partes. Es decir, querían que sus argollas se fabricaran con dicho metal. Sin embargo el peso de las argollas no era suficiente, pues sólo pesaban unos 3 gr. para los 10 gr. que solicitaban, por lo que se debía utilizar más oro.

El otro problema, es que dichas argollas heredadas eran de oro rosado, reflejando una hechura antigua. Los clientes deseaban que fueran de oro amarillo, lo que significaba fundir las argollas heredadas con tres veces su peso de oro fino. Es decir la única forma que el oro quedara amarillo era fundir 9 gr. de oro amarillo fino, más los 3 gr de oro rojo perteneciente a las argollas.

El cliente no sólo prefirió un joyero por lo económico con respecto a lo cotizado por las joyerías, sino que además confió en que sus argollas heredadas se reutilizarían en sus argollas maritales. Lo relevante en este hecho está en la herencia simbólica reactualizada en unas nuevas argollas matrimoniales. Este es el elemento distintivo y singular de estas argollas con respecto a otras confecciones de argollas. El joyero asume este rol transformador, entregándoles una utilidad y continuidad simbólica al oro de antiguas argollas heredadas. Hay un patrimonio familiar heredado que se reactualiza, por medio de la transformación.

Cabe destacar, que actualmente el par de argollas de oro 10 gr. en una joyería tiene un valor de 500 mil, es decir el gramo de oro fácilmente lo venden en \$50 mil. En cambio, en un taller su valor debería estar entre los \$300 mil. Es decir, el valor del gramo de oro trabajado serían de \$30 mil (estos precios están sujetos al valor actual del oro).

Las argollas de matrimonio son un ícono universal en la cultura occidental. Pasan a formar parte de un patrimonio familiar, ya que estas argollas acompañarán un largo tiempo a la pareja. Esta condición se mantendrá mientras el matrimonio continúe, de lo contrario las argollas pueden dejar su estado extraordinario de patrimonio familiar, para transformarse en una simple mercancía que puede ser comercializada como oro.

La biografía social sobre el anillo de “ilusión” versus anillo de compromiso.

He hablado sobre las argollas nupciales como símbolo importante de distinción que surge desde la joyería, destacando su permanencia en la vida social de las personas. No obstante, es preciso mencionar que previo a las argollas era bien común el uso de las “ilusiones” de oro (de plata en menor medida). La otra joya distintiva en el ámbito premarital es el anillo de compromiso. El uso de estos objetos ha estado sujeto a cambios evidentes en que se ven reflejados ciertos rasgos culturales de la sociedad santiaguina.

Actualmente, las argollas nupciales continúan siendo simbólicamente reconocidas y utilizadas, surgiendo algunos matices con la aparición del anillo de compromiso y las “ilusiones” que han tenido un rol distintivo en la vida social de las personas.

En lo que respecta a las argollas de “ilusiones”, no he hallado una base histórica sobre su origen. Según lo investigado, me parece que sólo es una variación más pequeña a las clásicas argollas matrimoniales. Su rol simbólico es distinguir una etapa previa a un compromiso más formal. Éstas son similares a las argollas matrimoniales, también se graban los nombres en su interior, su diferencia está en que son más delgadas. Habitualmente su composición es de oro rojo, debido a la importancia que tuvo antiguamente. Una vez concebido el matrimonio son usadas en la mano izquierda junto a las argollas nupciales.

En términos más específicos, las “ilusiones” de oro tienen un peso habitual de 2 a 3 gramos el par. Su valor actual en el mercado de los talleres está entre los \$70 mil a \$100 mil respectivamente.

Sobre la “ilusión” y su significado lo joyeros comentan lo siguiente:

“Es más para enamorado, antes existía mucha gente que se casaba. Tú antes de ponerte argolla te ponías “ilusiones”. El pololeo significaba con una ilusión en la mano, se identificaba el que pololeaba porque tenía la “ilusión”” (Juan Alfaro, joyero de Santiago).

“en el pololeo antes del noviazgo, llegaba una etapa que tú te ponías la “ilusión”, era un pre noviazgo” (Leo Jeria, joyero de Santiago).

La fabricación de “ilusiones” no se ha mermado por un tema económico, sino por una variable cultural que incide directamente en la confección de “ilusiones”.

“Estos cabros empezaron a andar, atracar, amigos con ventaja y todas esas cosas que hay hoy día. Y cagó la “ilusión”, y hoy día de la noche a la mañana se casan o conviven “(Leo Jeria, joyero de Santiago).

El uso de “ilusiones”, hace unas tres décadas atrás, era casi generalizado, en la actualidad éstas han dejado de tener un rol protagónico en distinguir una etapa de unión semi-formal. Además, los joyeros sostienen que la “ilusión” estaba presente de manera transversal en la sociedad, aunque en sectores más exclusivos y de mayores ingresos era menor su uso. Hoy en día, el consumo de la ilusión se inclina a estratos de menor capacidad económica. Sobre esto expresan que:

“Hay un tema de estratificación social, la gente de menor ingreso tiende a ponerse “ilusión”, de plata o de lo que sea. Después un segmento medio pero existe, segmentos altos no existe. Hace 20 años atrás existió de manera transversal, hace unos 20 años empezó a decaer. Yo te diría que decayó cuando cambiaron los conceptos, antes había pololeo noviazgo y matrimonio habían tres etapas bien claras...La “ilusión” siempre tuvo un sesgo social. Yo te diría que un 50% hacia abajo utilizaban la “ilusión” como anillo de compromiso, y un 50% hacia arriba usaban anillo de compromiso y no usaban la “ilusión”. La “ilusión” ya está desapareciendo y es el sector más bajo el que la utiliza” (Leo Jeria, joyero de Santiago).

“Yo me fijaba. En el estatus de nosotros era así, no había anillo de compromiso, se veía mucho menos. Ahora el anillo de compromiso fue reemplazando a la ilusión y salió ganando la mujer. El hombre no usa nada. Me acuerdo yo que antes iban muchas parejas a pedir “ilusiones”. Yo fabricaba antes unos 10 a 20 pares de “ilusiones” al mes, a mí por ejemplo, nunca me dijeron que querían un anillo de compromiso. Ahora se ve más y eso reemplazo la “ilusión”. Yo te hablo de hace unos 20 años atrás. Antes las “ilusiones” se podían hacer más anchas, ahora son una telita” (Juan Alfaro, joyero de Santiago).

Llama la atención, cómo el cambio en ciertas costumbres afectó el uso de la “ilusión” y su significado. Lo que alguna vez fue importante simbolizar, ahora ya no lo es. Mientras algunos objetos tienden a lo obsoleto, otros adquieren novedad. No obstante, lo que existió con el rito de la “ilusión” se ha trasladado al uso del anillo de compromiso. Esta práctica es más visible, en una primera instancia, en sectores más acomodados, para luego instalarse en sectores medios. El alto costo que significa un anillo tradicional de compromiso hace casi nula su presencia en sectores de bajos ingresos.

Por su parte, el anillo de compromiso no sólo tiene diferencias estéticas con las argollas, sino que su uso está destinado, por lo general, a la mujer. En definitiva es una joya obsequiada por el hombre. Antes de concebir el matrimonio se utiliza en la mano derecha, para trasladarse a la mano izquierda después de casarse. Por lo general, la pieza puede ser fabricada de oro amarillo, oro blanco o platino, con algún brillante u otra piedra preciosa incrustada.

Sobre el origen del anillo de compromiso es posible encontrar lo siguiente:

“La idea del anillo de compromiso viene del antiguo Egipto, en donde las futuras novias lo lucían en el dedo anular por la creencia que la “vena amoris” de ese dedo llega hasta el corazón. En esas épocas, los anillos de oro circulaban como monedas. El novio le ofrecía a su novia un anillo de oro como símbolo de una relación seria y llena de buenas intenciones....Hacia el siglo VI, el obispo de Isidoro de Sevilla definía el significado del anillo de compromiso como: “El esposo entrega este anillo a la esposa, como signo de

“fidelidad mutua y más aún, para unir sus corazones a esta promesa...”
(www.webdelanovia.com/tradiciones/historia-del-anillo-de-compromiso).

“La costumbre de entregar un anillo de compromiso surge entre los caballeros romanos, quienes aseguraban su enlace matrimonial entregándole a la mujer amada una argolla como símbolo de conservar la promesa de unión eterna..... Se dice que el primer anillo de compromiso con un diamante y las características que actualmente se entrega, fue el que le regaló el archiduque Maximiliano de Austria a su prometida Mary de Burgundy en el año 1477” (Revista Mosso, 2007: 54).

De acuerdo a los datos expuestos, es posible inferir que este anillo, como bien simbólico, es el resultado de costumbres remotas, que ciertos grupos privilegiados han adoptado. Para posteriormente convertirse en una tradición moderna dentro del imaginario colectivo actual.

El interés de imitar las costumbres provenientes de las clases privilegiadas, el cual no sólo tiene que ver con copiar una costumbre, sino con reproducir una forma de clasificación y de distinción social por medio de objetos suntuarios como sucede, en este caso, con el anillo de compromiso. Este último, está orientado a estilos de vida o habitus que tiene mayores posibilidades económicas de apropiarse de este tipo de bienes. En estricto rigor, se utilizan metales finos y piedras preciosas (oro amarillo, oro blanco, platino y brillantes y zafiros).

“Antiguamente, el anillo de compromiso se daba mucho con platino y para gente de alto estrato social. No se daba en el pueblo y en la clase media algo había. Ahora se ha ido masificando. Claro se masificó el anillo de compromiso y desaparecieron las “ilusiones”. Monetariamente al joyero le conviene más el anillo de compromiso” (Eduardo Maripangui, joyero de Santiago).

Para actualizar este análisis debo mencionar el caso del anillo roseta (llamado así por los joyeros de Santiago). Este modelo fue obsequiado por el príncipe Carlos de Inglaterra a la princesa Diana, en función a su compromiso matrimonial. Fue de tal importancia el evento social, que produjo automáticamente un cambio en el nombre del anillo, el cual comenzó a denominarse anillo Lady Dy, en honor a la princesa Diana. Este evento, también repercutió

en la joyería produciéndose una gran demanda del anillo, favoreciendo directamente la producción del joyero.

“El Lady Dy es muy antiguo, es viejo. Lo que pasa es que después que apareció la princesa con ese anillo y le pusieron Lady Dy. Pero ese anillo es viejo nosotros le llamábamos la roseta, porque era como una rosa, con una piedra central y otras piedras más chicas alrededor, después pasó a llamarse Lady Dy. Es cosa de monería, tantas cosas que uno las está haciendo con ciertos nombres y vienen de afuera y después aparecen con nombres de ciertos personajes. Cuando la princesa uso este anillo acá fue un boom típico, si aquí somos copiones. Pero uno se vio beneficiado, por ese hecho. Ahora ya no, tú vas al centro y ves muchos en vitrina”(Eduardo Maripangui, joyero de Santiago).



Ilustración 45: Anillo Lady Di, con un zafiro central y brillantes a su alrededor.

Los joyeros también han visualizado al anillo de compromiso como un bien que ha ganado terreno, como símbolo afectivo entre las personas. Aunque está orientado, generalmente, para la mujer. Sobre esto se refiere:

“Es previo de la argolla. Hoy para la mujer es importante el anillo de compromiso. Yo no sé si porque representa el compromiso o compite con la amiga, porque tiene uno mejor. Es un problema para el hombre siempre, saben que tiene que ser bueno el anillo de compromiso, y algunos no pueden tan buenos” (Leo Jeria, joyero de Santiago).

Mientras existan bienes simbólicos como el anillo de compromiso, la función del joyero no cesará. Pues este hace posible que la pieza sea original y exclusiva. Al ser una pieza con mayor complejidad en su fabricación y de materiales finos, mayor será su costo. Por lo tanto, el anillo de compromiso fino representa un costo económico importante.

Según lo mencionado en las citas anteriores, el anillo de compromiso elaborado por un joyero está orientado para sectores con mayor capacidad de ingresos. Se trata, además, siempre de un obsequio del hombre para la mujer, nuevamente la joya cobra sentido en un contexto de obsequio, como señala Godelier:

“el don existe pero está liberado de toda responsabilidad en tener que producir y reproducir relaciones sociales y fundamentales a todos los miembros de la sociedad... el don se ha convertido en una cuestión ante todo subjetiva, personal e individual. Es la expresión y el instrumento de las relaciones personales que se sitúan más allá del mercado y del Estado” (Godelier: 1998: 295).

El acto simbólico de obsequiar un anillo de compromiso, constituye un acto no económico desde el punto de vista mercantil, donde se intentan retomar elementos de tradición y reproducción social. Se puede describir como un acto personal y subjetivo vinculado a relaciones emotivas, experimentado por las parejas antes de efectuar el matrimonio.

Un anillo de compromiso, “ilusiones” o argollas matrimoniales son objetos relegados de la esfera mercantil cuando estos están siendo usados. Estos objetos, por lo general, pueden ser distinguidos como mercancías terminales. Sus valores están asociados con las relaciones íntimas de las personas, por lo tanto son objetos destinados a tener una vida social, ya sea para ser utilizados o guardados como parte de un patrimonio importante a lo largo de la historia familiar de la persona. Y sólo volverán a la esfera mercantil, cuando dichos objetos

carezcan de sentido simbólico para las personas, cuestión que puede ser posible cuando las parejas ponen fin a su vínculo emotivo.

A partir de los datos históricos y etnográficos, anteriormente expuestos, es posible confirmar la idea de continuidad simbólica en el uso de los anillos mencionados. Puesto que hay elementos que son retomados y reactualizados desde comienzos de la historia hasta nuestros días. La sociedad occidental ha sabido apropiarse de la tradición del anillo, como un hito socialmente reconocido, siendo su objetivo clasificar un momento de unión sentimental entre dos personas. Se mantiene la supremacía de los metales nobles para la confección de estos objetos, principalmente el oro amarillo. Dicha costumbre, históricamente hablando, ha traído grandes beneficios para el joyero, pues este se ha encargado de fabricarlos, y a su vez, mantener y actualizar una correspondencia de sus productos con dichas costumbres.

El trabajo del joyero constituye una prueba patente de las nuevas relaciones sociales en un contexto cultural determinado. Cuando la “ilusión” se fabricaba a gran escala, la sociedad tenía mayores formalidades y ritualidades en sus relaciones afectivas. La “ilusión” representa a sectores medios o de menor capacidad económica, su apogeo reflejaba una sociedad conservadora con costumbres bien establecidas. No obstante, el desuso de la “ilusión” habla de un deterioro de ciertas concepciones tradicionales que existían en torno a las relaciones amorosas de antaño.

Con el anillo de compromiso, el joyero ha encontrado una instancia propicia para continuar participando en las representaciones simbólicas-emotivas de las personas, con hábitos determinados y gustos distintivos, que por lo general, están orientadas a la apropiación material y simbólica de objetos o prácticas que requieren ciertos estilos de vida mejor posicionadas en la estructura social.

Anillo simbólicos y tradicionales fabricados en un taller de Santiago:



Ilustración 46: Clásica argollas de matrimonio inglesas de oro con un peso de 10 gr., cuyo valor en talleres bordea los \$300 mil



Ilustración 47: Argollas matrimoniales bicolores (oro amarillo y blanco), diferenciándose la que le corresponde a la mujer con un brillante. Peso estimado de 10 gr. valorizado en un taller en unos \$380 mil.



Ilustración 48: Anillos de oro medio cintillo con engaste de 9 brillantes en riel. Su valor es de \$250 mil

Esta forma de distinción social, a través de objetos suntuarios, también está fuertemente ligada a instituciones religiosas. En el siguiente capítulo, describiremos el caso del Papa Juan Pablo Segundo, figura emblemática de la Iglesia Católica, y su vinculación con la joyería chilena en su visita a Chile.

Juan Pablo II, la joyería Chilena y un enfoque biográfico de las cosas.

Los joyeros se han caracterizado por establecer sus relaciones comerciales con distintos grupos o esferas de poder, dentro de las cuales, la Iglesia Católica ha sido una de las principales instituciones que ha tenido un interés histórico en la apropiación de joyas, con la finalidad de comunicar y reproducir la ideología junto con la estructura simbólica de dicha institución. Sin embargo, no siempre esta relación está mediada por intereses mercantiles, ya que pueden existir episodios en que el intercambio simbólico puede estar mediado por el obsequio. Esto puede suceder con personas que acaparan un gran capital simbólico, las cuales, en ciertas ocasiones, pueden ser agasajadas con obsequios, con el fin de quien dona sea considerado y reconocido por dicha figura. Me parece que uno de los personajes que mejor ilustra este análisis es la figura Papal. Sobre esto, es posible distinguir

el reconocimiento realizado por la Asociación Nacional de joyeros al Papa Juan Pablo Segundo.

El primer obsequio que recibió Juan Pablo Segundo fue debido a su gestión mediadora en el conflicto entre Chile y Argentina por territorio austral. El objeto consistió en un rosario de oro con lapislázuli y brillantes. Este fue bendecido en el templo de Maipú y entregado al Papa, personalmente por la directiva de la Asociación de Joyeros, en Roma del año 1982. Sobre esto, la revista del joyero se refiere:

“La audiencia y el obsequio de los joyeros, Relojeros y orfebres de Chile fue destacada por los medios informativos en la noticia de la audiencia papal.” (Revista a Todahora, 1982:5)

Sobre esto, también se refiere el Capellán de la Asociación de joyeros Gilberto Lizana:

“Fueron nuestros los artífices que la crearon y elaboraron con oro de nuestras montañas y piedras de nuestra tierra. Sin duda habrá encontrado eco en el delicado corazón del Santo Padre y despertando en su memoria el recuerdo de este lejano país que tanto ama y venera.

El obsequio de la Asociación es una estrofa más del himno de admiración que entona el mundo entero al Apóstol único de la paz (...)

El rosario de Chile lucirá junto a los regalos de que todo el orbe le obsequian al Papa, guardados con amor y preocupación..... Allí quienes lo admiren celebrarán la capacidad y el talento de los orfebres chilenos; sin duda, a la altura de los mejores artífices del mundo.” (Revista a Todahora, 1982:1)

Este rosario es un obsequio en símbolo de admiración y reconocimiento a la figura papal. El objeto obsequiado, contiene elementos que son propios de Chile, como el lapislázuli. Pero además, se le da énfasis al trabajo del joyero chileno. El rosario obsequiado tiene un doble propósito. Agradecer al Papa, a través de un objeto que representa al país, y que el

joyero nacional obtuviera un reconocimiento social por su trabajo. Lo que puede interpretarse en pocas palabras como una búsqueda de prestigio para la joyería chilena.



Ilustración 49: La Directiva de la Asociación Nacional Gremial de Joyeros, obsequiando un rosario de oro con brillantes y lapislázuli.

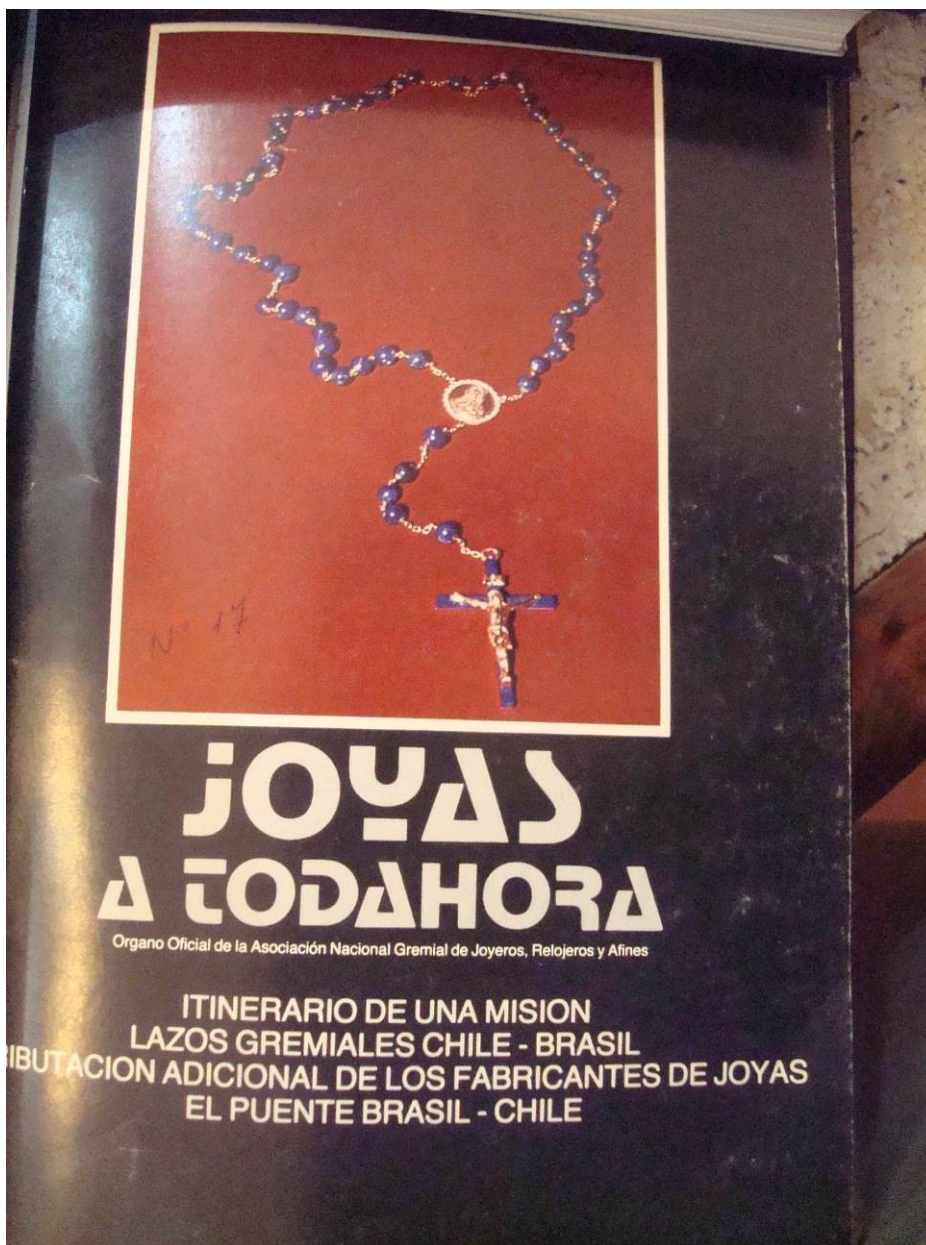


Ilustración 50: Rosario de oro, con brillantes y lapislázuli que fue regalado al Papa, (imagen obtenida de la portada de la Revista Joya a todahora).

En su visita a Chile, al Papa Juan Pablo Segundo nuevamente le fueron obsequiadas algunas joyas de parte de la Asociación Nacional de joyeros. Uno de los obsequios fue la réplica de la Cruz de los Mares y el anillo de la Virgen de Andacollo. Además, el Papa

encomendó la fabricación de otros objetos preciosos a figuras religiosas como la virgen del Carmen y de Andacollo.

Dentro de los regalos se destaca la réplica de la Cruz de los Mares, joya que fue fabricada como una forma de simbolizar la amistad entre los pueblos de Chile y Argentina. La pieza fue obsequiada en la visita que, Juan Pablo Segundo, efectuó a la región de Punta Arenas.

En documentos como la Revista de la Asociación de joyeros se describe lo siguiente:

“La exclusiva joya que simboliza la amistad imperecedera entre los pueblos de Chile y Argentina, fue adaptada, creada y confeccionada por el especialista señor Vicente Gimeno Camacho, joyero de Viña de Mar. Es exactamente igual a la gran cruz de Cabo de Froward, instalada en el estrecho de Magallanes.” (Joyas a Todahora, 21)

Sobre una descripción más técnica se dice lo siguiente:

“La materia prima de esta obra de joyería chilena, es oro 18 kilates, montada sobre una base de pedestal cruzado, hecho de lapislázuli. Mide 15 cm. de altura. La joya consiste en una serie de tubos de oro, que forma una circunferencia hueca.” (Joyas a Todahora, 21)



Ilustración 51: La Cruz de los Mares en el cabo Froward, extremo austral del Chile.



Ilustración 52: Cruz de los Mares obsequiada al Papa Juan Pablo Segundo. Confeccionada en oro con una base de lapizlazuli. Imagen obtenida directamente de la Revista de la Asociación de joyeros.

Otro de los obsequios fue un anillo de oro (del cual no tengo registro visual). Sólo fue posible encontrar algunas descripciones en torno a la joya. Entre ellas se puede decir que se trató de un anillo de oro de 18k y 24 k. La parte central de la pieza era ovalada, la cual se le aplicó la imagen de la Virgen de Andacollo. La joya pesó entre 30 a 35 gramos.

Los objetos mencionados pueden ser extrapolados con los objetos del Kula (vaygu'a) descritos por Malinowski. Ambos objetos poseen una biografía social, que emana de su intercambio y circulación. Para Appadurai, biográficamente los vaygu'a pueden describirse como *“objetos valiosos adquieren biografías muy específicas al moverse de lugar en lugar y de mano en mano en mano; del mismo modo, los hombres ganan o pierden prestigio al adquirir, retener o desprenderse de estos objetos”* (Appadurai, 1991:34). En cambio, los objetos religiosos no circulan con esa dinámica, puesto que tienen puerto en un propietario específico, al culminar su viaje mercantil comienzan una nueva vida social.

Tanto la Cruz de los Mares como el anillo de la Virgen de Andacollo, se encuentran en la ruta de obsequio, es decir pueden ser catalogadas como mercancías terminales, ya que *“debido a su contexto, propósito y significado de producción, efectúan un solo viaje desde la producción hasta el consumo (...) nunca reingresan al estado mercantil”*. (Appadurai, 1991:40). Según esto la biografía de estos objetos tiene que ver con el contexto específico que fue la visita mediadora del Papa en un momento de conflicto entre dos naciones que son principalmente católicas. Esto es importante, ya que no tendría sentido que el Papa mediara en un conflicto de sociedades islámicas. No se producirían los obsequios, pues su figura no tendría validez en ese contexto religioso.

Es posible, además, encontrar un doble propósito sobre la producción de estos objetos, los cuales pueden ser vistos como un acto de agradecimiento, en cuanto a la función mediadora que el Papa cumplió en este conflicto. También existe una búsqueda de prestigio, por parte de quienes encabezan la producción de estos objetos. Hay que tomar en cuenta que estos obsequios no han sido producto de cualquier joyero, sino que aquí ha participado la Asociación chilena de joyeros, encabezados por los dueños de talleres más acaudalados en prestigio y capital.

El significado que tienen estas ex -mercancías está representado en ellas. En el caso de la Cruz de los Mares, tiene que ver con un monolito, ícono del catolicismo, de la zona extrema austral de Chile (ilustración 51), la cual fue inaugurada en la visita de Juan Pablo Segundo. Además, es una estructura ubicada en una zona cercana al conflicto.

En lo que se refiere al anillo de la Virgen de Andacollo, el significado de este obsequio radica en que el Papa se apropiara de una imagen religiosa importante y representativa de Chile, como lo es la Virgen de Andacollo grabada en el anillo de oro.

En cuanto a los pedidos, Juan Pablo Segundo, encargó por medio del Nuncio la ejecución de la corona para la Virgen del Carmen. Cuando se realizó el diseño de la pieza, éste fue enviado a Roma para conseguir la aprobación del Papa. Según la información obtenida de la revista del joyero, la corona tuvo las siguientes características:

“Fue ejecutada en lapislázuli, oro, plata, diamantes, brillantes y perlas. Así como también la corona del Niño Jesús” (Revista Joyas a todahora, 21).



Ilustración 53: Virgen del Carmen del Templo de Maipú ornamentada con las coronas encomendadas por el Papa Juan Pablo Segundo.

El otro pedido fue la corona fabricada para la Virgen de Andacollo. Esta pieza fue fabricada por joyeros chilenos, donde el oro fue recolectado por los pirquineros y la comunidad de la IV Región. La corona está hecha de oro de 18k. y tiene una Flor de Liz en su estructura lateral, la cual adosaba en su área frontal el Escudo de Chile y la Medalla con la imagen del Papa. Las coronas destinadas para estas imágenes sacras también son una manera de representar la importancia al interior de la Religión Católica que tienen estas vírgenes, consideradas definitivamente como verdaderas reinas dentro del mundo católico.

Estos objetos fabricados por los joyeros se encuentran al margen del terreno mercantil, pues son objetos suntuarios que están orientados al ámbito religioso. En el caso de las coronas no son las personas precisamente quienes van a utilizar estos objetos para distinguirse, sino más bien serán las imágenes sacras de los templos católicos quienes portarán estos objetos ostentosos y de gran valor, con el fin de reforzar su importancia ceremonial y simbólica en la estructura de la Religión Católica. En este caso, la figura Papal ha intentado fortalecer a través de su investidura, y con el apoyo de los joyeros, el simbolismo religioso de las vírgenes del Carmen y de Andacollo.

Así, la institución católica encabezada por el Papa, es quién va produciendo una exclusividad suntuaria. En el caso de las coronas están protegidas de la ruta mercantil y también caben en la categoría de mercancías terminales. Estos objetos refuerzan la ritualidad dentro de las ceremonias efectuadas por la iglesia, configurándose una sacralización en dichos objetos. Ellos son parte del repertorio simbólico de las sociedades, donde el poder religioso se reafirma, convirtiendo estos objetos en parte del patrimonio de la Iglesia Católica.

Una de las joyas más representativas del Papa, es el anillo Papal, el cual simboliza el máximo poder en al interior de la Iglesia católica. Conocido, también, como el anillo del pescador debido a la imagen de San Pedro pescando en la barca. Lo que significa pescadores de almas, según la tradición. El anillo además debe llevar grabado el nombre del Papa vigente. Cuando este fallece el anillo Papal se destruye y es ese mismo metal será utilizado para el anillo del nuevo pontífice.



Ilustración 54: Anillo Papal con el nombre de Benedicto XVI, también llamado anillo del pescador.

A lo largo de la historia, la religión católica y los joyeros han estado íntimamente ligados, ya que estos últimos han proporcionado una infinidad de objetos que han generado un punto de fijación, como diría Godelier (1998), dentro del sistema de creencia católica. Joyas como crucifijos, aunque estos no se reducen solamente al catolicismo, sino que es también a las religiones pertenecientes al cristianismo.

El joyero ha sido uno de los principales productores de simbolismo suntuario-católico, sobre todo cuando ésta poseía un poder supremo sobre las demás instituciones sociales. Un sistema de creencia como el de la Iglesia Católica, necesita apropiarse de objetos preciosos que le proporcionen autoridad y continuidad a su poder simbólico.

LA INCORPORACIÓN DE LA PLATERÍA MAPUCHE DENTRO DEL REPERTORIO PRODUCTIVO DEL JOYERO DE SANTIAGO.

He tratado de exponer, de manera descriptiva, algunos aspectos que me parecían relevantes de destacar sobre la joyería mapuche post-hispánica. En este capítulo, no pretendo hacer una síntesis de los muchos estudios publicados sobre esta temática. Más bien, sólo avocaré mi análisis al valor que ha adquirido la platería mapuche, cuando el escenario legal y político creó las condiciones necesarias para generar un interés en adquirir este tipo de objetos. Con esto también quiero contrastar lo postulado por Appadurai (1991), sobre cómo el valor social de las mercancías es regulado por lo político, estructurando una demanda que surge como una función a la diversidad de prácticas y clasificaciones sociales, que en este caso se presenta como una identidad mapuche, la cual se construye a partir de una serie de elementos culturales, donde la platería mapuche será parte de esta construcción identitaria.

Al considerar la platería mapuche como un elemento identitario dentro de la cultura mapuche, es posible determinar que dichos objetos e íconos son un patrimonio identitario, *En él, las cosas son el soporte de metáforas que representan creencias entrañables con las que nos reconocemos como miembros de algunas comunidades*” (Martin Juez, 2004:8).

Cuando estos objetos tienen una utilidad o un propósito y circulan al interior de un grupo, adquiriendo un significado, se produce un acuerdo colectivo para definir un patrimonio como forma de identidad. Este se define como:

“el consenso de un colectivo que se comporta como un campo de vinculación” (Martin Juez, 2004:9).

Actualmente, la platería mapuche ya no es exclusivamente un medio de prestigio y poder económico como antaño. Pues ahora, el uso de la platería mapuche ha tomado otro curso, ya sea en la forma de fabricarse y en el significado que adquieren en su uso.

Me referiré primero a algunos cambios en la fabricación de la platería, dentro de los cuales es posible detectar una reducción en el tamaño de las piezas en relación a las de antaño. A

pesar de que se han tratado de reproducir los diseños de la antigua usanza, es casi inviable la continuidad del tamaño para su uso, pues una pieza aparatosa no sólo es poco práctica portarla en la realidad actual, sino que además, su alto precio limitaría su compra. Las excepciones sobre esto están dadas en personas pertenecientes a la cultura mapuche, tal es el caso de los mapuches urbanos pertenecientes a organizaciones, los cuales tratan de conseguir réplicas de platerías similares en tamaño para usos ceremoniales. Nuevamente, estos objetos cobran sentido en contextos rituales, ya no con fines de status o de opulencia económica, sino como un acto de reproducir ciertas tradiciones ancestrales que identifican al pueblo mapuche.

Es importante destacar que la ley indígena 19.253 es una de las causantes en esta forma representar el mundo mapuche, por medio de una platería reactualizada y adaptada a un contexto actual y urbano. La fabricación y uso de la actual platería mapuche también está ligada a las políticas paternalistas del estado Chileno sobre la cultura Mapuche. Desde la perspectiva de Martín Juez (2004), hay ciertos patrimonios- identidad que cuando se ven amenazados permanecen como una forma de resistencia, donde su sentido original puede transformarse, pero cumple el objetivo identitario dentro de la comunidad.

Organizaciones como Kiñe Pu Liwen de la Pintana han demandado el uso de platería mapuche, no tan sólo para usos ceremoniales, sino que como una práctica social que permita al grupo distinguirse como mapuche en Santiago. A partir de estos productos como la platería mapuche, es que se han reforzado ciertos estilos de vida, en este caso vinculados con una cultura ancestral mapuche. Como sostiene Bourdieu, esto bien puede ser producto de los habitus:

“como fórmula generadora que permite justificar simultáneamente las prácticas y los productos enclasables, y los juicios, a su vez enclasados, que constituyen a estas prácticas y a estas obras en un sistema de signos distintivos” (Bourdieu, 1999: 170).

La intención de los mapuches en la ciudad va más allá de una moda étnica, pues hay un grupo que intenta mantener una cierta fidelidad en sus prácticas. Dicho de otro modo, existe un uso de ornamentos de plata por personas que se consideran pertenecientes a la cultura

mapuche, vinculado a una identidad colectiva. Desde el punto de vista de Alfred Gell (1991) en su estudio sobre el uso de joyas de lo muria, describe que:

“Los bienes de prestigio no son deseables porque existe un competencia aldeana de quién se viste más a la moda o quién se enoja mejor, sino porque todos los aldeanos procuran mantenerse fieles a una imagen colectiva” (Appadurai, 1991:156).

Para mantener la reproducción de bienes simbólicos como los es la platería mapuche, la organización Kiñe Pu Liwen, como otras organizaciones de mapuches urbanos, han contado con el servicio de joyeros entendidos en este tipo de confecciones. Los joyeros en este tipo de organizaciones tienen una función significativa, ya que no sólo son los encargados de la fabricación de piezas, sino que también en la reparación de ellas. Sobre esto se refiere uno de los joyeros de la organización Kiñe Pu Liwen.

“Es importante porque el retrafe era valorado antiguamente. Cuando se realizó el nguillatun yo tuve que prestar joyas de mi colección para que las usaran en la ceremonia. Reparé otras para las gente y le reparé la trapel- acucha al machi y quedó súper agradecido.” (Eduardo Maripangui, joyero de Santiago).

El joyero en este tipo de organizaciones tiene un rol importante, puesto que contribuye en la reactualización simbólica vinculada a la ornamentación mapuche urbana.

Por otro lado, existen joyeros dedicados a fabricar joyas mapuches, sin necesidad de pertenecer a organizaciones. Es muy común hoy en día encontrar una gran gama de diseños tradicionales mapuches reducidos en aros. Puesto que es una manera mucho más viable de vender este tipo de objetos. Se suma lo práctico que representa utilizar este tipo de piezas más pequeñas y livianas.

Surge un incipiente interés por objetos que contengan un sentido cultural, de parte de las personas que no necesariamente se consideren mapuches, sino que más bien son admiradores de la cultura. Encontramos personas interesadas en solicitar diseños que reflejaran de manera fiel las joyas mapuches de antaño, ya que no estarían orientadas al uso corporal, sino que como joyas para ser exhibidas, similar a lo que sucede con las piezas de

museo. Sobre esto, se han visto casos como el obsequio de joyas mapuches, realizado por un gerente de una empresa chilena a una empresa china, con el fin de obsequiar un símbolo representativo de la historia indígena chilena. Así, el cliente, dateado por la organización Kiñe Pu Liwen, se llevó un trapel -acucha y un tupu.

“Me interesaba una joya mapuche auténtica, porque los chinos con los que hacemos negocios nos regalaron un papiro chino. Entonces nosotros debíamos regalarle algo que hablara de nuestra cultura y que tuviera un significado” (Pablo, cliente).

Otro de los pedidos que puede hacer honor a lo que describo, es la solicitud de cien separa hojas con el diseño de la calva mapuche (símbolo ritual y de poder ancestral). Con el fin de obsequiar el objeto a las personas que participarían en un congreso médico. Icono tradicional mapuche adaptado para un uso distinto. De modo que, se utiliza un símbolo representativo de la cultura, en donde hay una continuidad simbólica, pero que está reactualizado a otros requerimientos de la vida moderna como lo es un congreso de investigadores médicos.

Actualmente, la confección de joyas mapuches se ha adaptado, principalmente, a la modalidad de aro. Si bien el uso de la plata se ha mantenido, su peso y tamaño es cinco a diez veces menor a la joya tradicional. Los joyeros han transformado los aros tradicionales mapuches en objetos más pequeños. Además modelos como el trapel- akucha, entre otras joyas pectorales se han adaptado como aros. No hay que olvidar que muchos de los diseños mapuches han sido retomados para ornamentar de manera distinta a la personas. Por ejemplo, la clava mapuche los hombres la utilizan como colgante o separa hojas de plata, el símbolo grabado de un cultrún puede ser visto en anillos y colgantes, o una pifilka en un colgante de plata.

Diversas son las formas y maneras en que se han reactualizado las joyas mapuches en Santiago, como objetos de identidad étnica para personas vinculadas o simpatizantes de la cultura. Este tipo de bienes tiene un contenido cultural, clasificando la vida social de las personas que utilizan los objetos como portadoras de una identidad particular. Para los simpatizantes de la platería mapuche su interés no sólo puede estar dado en su uso corporal,

sino que también como pieza de museo colgada en el muro de la casa, esto por lo general, se da con piezas de tamaño original para personas que no tiene relación alguna con la cultura, pero sí les interesa un objeto con historia o exótico. Fue el caso de una clienta que solicitó una variedad de piezas mapuches de tamaño original, las cuales fueron dispuestas dentro de un marco tipo cuadro y fueron vendidas como cuadros, pero con una joya mapuche en su interior.



Ilustración 55: Trapel acucha con cadena de eslabones, sin su alfiler de gancho tradicional. Tiene un valor de \$140 mil.

Las joyas mapuches han estado sujetas a cambios, ahora su funcionalidad no está en la ostentación y el estatus, o en la riqueza de un cacique, más bien responde a una búsqueda identitaria. Son objetos cuyo sentido es social más que individual, pues lo cultural e histórico cobra fuerza en la actualidad.

Las joyas mapuches pueden ser consideradas como un ícono patrimonial de la cultura mapuche, lo que en otras palabras denomina Martín Juez (2004) como patrimonio-identidad. Sobre esto, el autor señala que “*el patrimonio como forma de identidad nos permite conocer los usos de las cosas y de las costumbres, el sistema compartido de creencias que modelan lo cotidiano y califican lo cotidiano en cada comunidad*” (Martín,

2004:9). Los usos de estos objetos han variado conforme a la vida urbana que estos han llevado.



Ilustración 56: Clava mapuche de plata utilizada por un mapuche urbano. Tiene un valor de \$25 mil.



Ilustración 57: replicas de punzón acucha tradicionales de 80 gr. aprox. cada uno.



Ilustración 58: Anillos coyon de plata no tradicionales para Keka Ruiz-Tagle (artista plástica chilena). Valor de 35 mil cada uno.

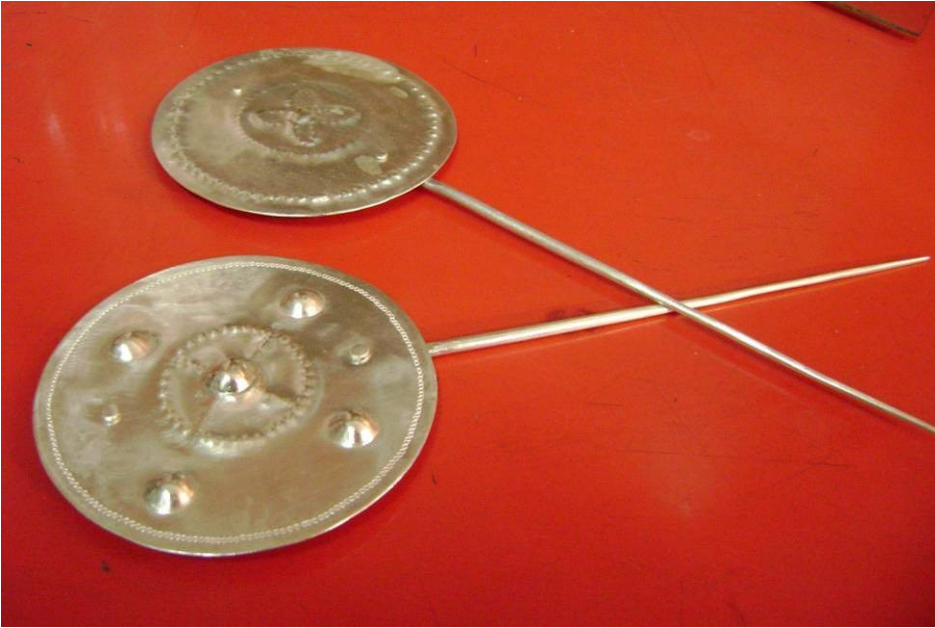


Ilustración 59: Replicas tupus de plata tradicionales. Un valor de 40 mil cada uno.



Ilustración 60: Separa hoja de plata con forma de clava (no terminada).



Ilustración 61: Fotografías de personas que no pertenecen a la cultura mapuche, utilizando la platería distintiva de la cultura a cambio de dinero. En el contexto de una feria costumbrista en organización Kiñe Pu Liwen.

El mapuche urbano, por lo general, utiliza sus piezas de platería en ceremonias y rogativas. No obstante, es posible encontrar otros usos que tiene que ver con simular identidades, por medio de la platería y otras indumentarias, a personas que no pertenecen a la cultura mapuche.

La platería mapuche puede tener diversas formas y usos. Las variadas formas estarán a cargo del joyero y sus distintos usos será cuestión de los propios mapuches y de otros sectores sociales.

Lo importante es que el joyero de Santiago ha sintonizado su producción frente a este tipo de demanda étnico cultural. La platería mapuche se ha sumado al amplio repertorio productivo del joyero de Santiago, sin desconocer la función que ha tenido la Ley Indígena en potenciar esta demanda identitaria.

CONCLUSIONES.

Conclusiones metodológicas.

He tratado de llevar a cabo algunas rutas metodológicas que pueden ser consideradas ideales para una antropología más empirista, donde el sustento etnográfico es fundamental para la validez teórica de una investigación. Me refiero a que ciertas condiciones específicas, determinadas por mi condición laboral, me proporcionaron una posición privilegiada dentro de esta investigación. Dicha posición está avalada por la auto-etnografía como estrategia metodológica, que he intentado aprovechar para el desarrollo de esta investigación. Quizás hablar de estrategia tiene que ver con la capacidad que posee el investigador de presentarse como tal dentro del grupo al cual pertenece (un estudiante investigador). Debía comprender la coexistencia de dos roles, el de investigador y el de investigado, es decir, que para este caso, no había necesidad de convertirse en el “otro” (ya era parte de aquello) como investigador. En este sentido, en esta investigación tuve que lidiar con un rol dinámico de sujeto y objeto, el cual tiene sus ventajas y desventajas.

Una de las ventajas tiene que ver con la posición estructural que fue posible tener en esta investigación, la que me permitió desarrollar un trabajo de campo permanente y detallado. Superando además las dificultades que significa realizar un trabajo etnográfico con talleres y joyeros, ya que estos espacios sociales tienen una cierta cautela con las personas desconocidas.

Cuando el antropólogo logra conseguir un enfoque auto-etnográfico, es posible construir un relato con un lenguaje propio a la realidad abordada debido a la participación activa con el grupo investigado. Es un documento que contiene una mayor autoridad etnográfica y antropológica, gracias a los métodos prácticos que permiten ampliar el conocimiento de la realidad social. Tanto la práctica como la teoría se encuentran en una relación dialéctica constante en la investigación.

Una de las dificultades que se presentan es este tipo de metodologías es lograr una suerte de desdoblamiento metodológico y teórico para abordar parte de una realidad propia y a su vez la del otro, esto es en parte una doble tarea. Siempre es compleja la misión de investigar o

teorizar parte de nuestra rutina diaria, requiriendo de un mayor esfuerzo en lograr un distanciamiento en torno a lo cotidiano. Es en parte, transformar lo cercano y próximo en distante y extraño, es mirar con nuevos ojos. Esto también se debió a que cuando ingrese a este oficio mi principal interés era aprender este trabajo y no investigar antropológicamente. Años después, me propuse tomar esta realidad como un tema para mi tesis.

Otra de las dificultades, que espero haber sorteado, es el que este trabajo auto-etnográfico no sea visto como un texto autorreferente, aunque esto puede sonar paradójico, debo aclarar que no existe ningún interés de construir un autorretrato. Por lo mismo, creo que se tornó más difícil elaborar un relato en primera persona.

En este caso, hablar de un oficio desde un enfoque auto-etnográfico, únicamente era posible participando del sistema productivo y de las relaciones sociales que en ellas se producen. Desde mi punto de vista, una de las maneras de acercarse a un enfoque auto-etnográfico es trabajar (en la producción) con el grupo investigado. Cuando esto es posible, estamos en presencia de una metodología sólida y con mayor amplitud cognitiva, no sólo en los aspectos materiales de un grupo determinado, sino que también al ámbito simbólico que se entreteje.

Esta vez, el trabajo del investigador es el objeto de estudio. En este sentido, hay una estrategia y una metodología distinta a lo que habitualmente está acostumbrado el investigador. Este último, se ha interesado en temáticas culturales validadas por su distanciamiento geográfico y su énfasis a lo rural. El problema es que muchas veces, no resuelven la barrera metodológica estructurada en la relación sujeto – objeto, a diferencia con lo aplicado en este caso, donde existe un énfasis al componente subjetivo o más bien, donde el investigador puede establecer relaciones intersubjetivas dentro del grupo investigado, estructurando un conocimiento que logra comprender más ampliamente la problemática.

Considero que el antropólogo debe aprovechar y experimentar nuevas rutas metodológicas, que permitan instalar a la disciplina en un plano socialmente más visible. Quizás muchos

investigadores, tras varios años de trabajo, pueden aplicar un enfoque auto-etnográfico en sus investigaciones. Sin embargo, la rutina metodológica que se encuentra internalizada habitualmente en esta disciplina impide que el investigador logre percatarse del capital metodológico que posee. Aunque existe la posibilidad de que nunca logren un acercamiento óptimo dentro de la comunidad, ya que el investigador puede considerarlo innecesario. Sería poco razonable pensar que con el sólo hecho de observar, aplicar preguntas o establecer un grado de empatía, se llegará a conseguir una investigación auto-etnográfica. Me parece que el mecanismo más práctico para lograr una investigación realista, es participando en el sistema productivo del grupo en cuestión. Cuando el investigador se involucra de igual manera con el otro, se vuelve más cercana la idea de explicar una realidad social.

Conclusiones teóricas.

A lo largo de esta investigación he tratado de describir la función social de los joyeros, a partir del oficio, las joyas que se producen y el imaginario simbólico que se construye en torno a esta actividad. Para que dicha función sea posible es necesario que exista un conocimiento técnico capaz de transmitirse, con el fin de mantener la continuidad de un oficio orientado a fabricar, transformar y restaurar las joyas. A su vez, estas prácticas representan una instancia que permiten construir ciertos aspectos simbólicos distintivos en la vida social de las personas.

He intentado abordar el objetivo general de esta investigación apoyado de algunos antecedentes históricos asociados a ciertas sociedades indígenas, como también a sociedades medievales europeas. Esta información nos ha permitido obtener datos significativos, vinculados a la elaboración de objetos preciosos por parte de joyeros del pasado y sus respectivos contextos culturales. A partir de esto, fue posible establecer que la idea de producción de objetos preciosos estaba dirigida a grupos política y económicamente dominantes. Así como en el kula la circulación de collares y brazaletes (vaygu'a) estaba dominada por las jefaturas o habitantes acaudalados de distintos grupos de las islas Trobriand, también la nobleza incaica y caciques mapuches manifestaban su poder por medio de objetos preciosos. El detentar este tipo de objetos comunicaba y distinguía un poder y estatus determinado en la escala jerárquica. Los artífices ancestrales de objetos preciosos en base a metales nobles, son productores de un sistema de símbolos, que respaldaban y distinguían un poder reinante. Esto permitía establecer diferenciaciones de estatus al interior de dichas sociedades.

De esta manera, distintas sociedades del pasado lograron construir un sistema de símbolos, que dieran continuidad y sentido a la estructura social de cada grupo. Cuando la actividad del joyero está integrada al sistema productivo de una cultura, es posible hablar de una organización social estratificada, con una estructura establecida, cuyo funcionamiento está regulado por las costumbres y tradiciones culturales de dicha sociedad.

La incorporación y especialización del joyero al interior de una sociedad prehispánica o tribal, indica a su vez, la presencia de una sociedad jerarquizada, donde hay ciertos grupos o individuos que acumulan poder material y simbólico. Por ejemplo, en el caso del imperio Inca, el uso de objetos de cobre y oro distinguía a ciertos grupos de elite del imperio, visibilizando la posición social de las personas que integraban el imperio incaico.

En el caso de la cultura mapuche post-hispánica surge la figura del retrafe o joyero mapuche que a través de la platería, afianza el estatus de caciques mapuches al interior de las comunidades. Estos jefes intentaban acaparar y ostentar su poder material, apropiándose de exuberantes objetos de plata. Algunos los utilizaban para fines ecuestres y otros como joyas, las cuales eran utilizadas por las mujeres del cacique para que fueran exhibidas en ceremonias, rituales u otras celebraciones sociales. Recordemos que el pueblo mapuche post-hispánico logró posicionarse y establecer intercambios con el imperio español que, en cierta forma, reportaron cambios materiales y simbólicos en la vida social mapuche. Dicho intercambio generalmente, estaba mediado por monedas de plata, las cuales posteriormente eran reutilizadas por los caciques para la fabricación de joyas u objetos de plata. El joyero mapuche tuvo una función relevante en la construcción del imaginario simbólico mapuche. Esto debido a que no sólo reforzó el sistema de estatus de los caciques al interior de sus comunidades, sino que también, a través sus objetos logró incorporar y visibilizar elementos simbólicos a una identidad mapuche que ha logrado reactivarse en el tiempo. Actualmente, la ley indígena en Chile (más allá de todas sus limitaciones) ha dado un mayor impulso para continuar fabricando estos objetos que han sido un punto de anclaje material y simbólico, para fijar y reforzar una identidad mapuche ya sea en el plano rural como urbano.

Las sociedades medievales, monarquías, aristocracias y grupos acaudalados se han caracterizado por su constante interés en apropiarse de objetos suntuarios como sucede con las joyas ostentosas, las cuales distinguían la gran riqueza material que podían poseer. Era inviable pensar una realeza en el mundo occidental despojada de objetos de oro, plata o piedras preciosas. Por lo mismo, estos grupos necesitaban validar permanentemente su estatus social, lo que significaba mantener bajo su servicio a joyeros que le proporcionaran

objetos distintivos para representar su poder. Éste podía materializarse en puntos de anclaje como coronas, cetros, crucifijos, anillos reales, entre otras joyas de gran valor.

Las descripciones que acabo de realizar dan cuenta que los joyeros y las joyas históricamente han estado mediados por lo político (en el amplio sentido de la palabra, concerniente a las relaciones de poder), lo cual le otorga mayor valor, sentido y función a la vida social de las joyas.

La función social del joyero de Santiago está íntimamente ligada con los objetos fabricados y utilizados desde hace bastantes años en la capital. La relación capital- joyero se ha tejido históricamente, donde lo urbano ha sido fundamental para convertir el oficio del joyero en una actividad sostenible y especializada. Santiago es el lugar por excelencia donde el joyero desarrolla sus técnicas y reproduce los distintos tipos de joyas que están sociablemente en boga. Los talleres se ubican preferencialmente en el centro de Santiago, aunque con el tiempo se han desplazado hacia el sector oriente de la capital, con el fin de establecer nexos con joyerías de renombre y captar al cliente particular de mayor capacidad económica. Por lo tanto, un taller de joyas puede estar en constante movimiento dentro de las principales comunas del centro y oriente de Santiago. A pesar de que existe una cierta movilidad de los joyeros hacia las comunas del oriente, el centro de Santiago continua siendo el lugar que presenta la mayor cantidad de talleres y joyeros del país.

En cuanto a la cultura material del joyero como sus herramientas y maquinarias, es posible percibir algunos cambios, con el objetivo de acelerar los procesos productivos. Me parece que los cambios importantes tienen que ver en el proceso de fundición y laminación. El primero tiene su origen a través del soplido, con la llegada de los españoles se introduce el fuelle, para terminar con un sistema de fundición con gas y oxígeno. Por su parte, la laminación manual queda relegada por un sistema eléctrico de laminación, aunque en algunos talleres aún utilizan de manera complementaria el laminador manual. Estos cambios que afectan a las maquinarias respondían a la alta demanda de joyas, que tenían los talleres de Santiago. Fue tan grande el nivel producción de joyas en la capital (hace 40 años

atrás) que llegó a existir la figura de la “fábrica de joyas”, la cual actualmente ha desaparecido.

En este sentido, la tecnología no ha sido tan invasiva en la producción misma. A pesar de algunos avances tecnológicos, el joyero de Santiago continúa realizando un trabajo semi-manual, comenzando desde la fundición del metal hasta la terminación final de la pieza. Dicho de otra forma, existe una participación activa en todo el proceso de elaboración de una joya. Así, el joyero se reconoce en su pieza de principio a fin, lo que da cuenta de un oficio que continúa vigente a pesar del dominio de un sistema productivo más homogéneo, en cuanto a la enajenación entre producto y trabajador.

El joyero cumple su función no sólo como fabricante, sino como reparador de objetos socialmente significativos. La reparación de una joya implica la continuidad y mantención de elementos simbólicos que representa un objeto en la vida social de las personas. Este objeto no puede ser desechado, debido a su carga emotiva que le asigna su dueño a dicho objeto. La reparación o compostura, como le llaman los joyeros a esta práctica, es fundamental, ya que con el correr del tiempo no sólo van adquiriendo un valor social, sino que también sufren un deterioro normal por su uso. Dominar esta práctica implica una gran experiencia, pues un error podría costar la vida de una joya irremplazable. Al igual que los especialistas que restauran arquitecturas patrimoniales, los joyeros cada vez que reparan una joya están restaurando un patrimonio familiar o personal. La reparación de joyas permite darle continuidad a un sistema de biografías personales. Es un mecanismo que permite restaurar y mantener recuerdos e historias familiares que se fijan en una joya.

Por su parte, la transformación de una joya principalmente se debe más a motivaciones estéticas mediadas por la moda imperante. La transformación implica reutilizar una pieza, que en cierta forma permite abaratar los costos en material. Finalmente, la pieza cambia estéticamente, pero continúa siendo el mismo metal o las mismas piedras del objeto transformado.

Una de las instancias que van configurando la singularización de una joya, tienen su origen en la familia. Es al interior de un contexto familiar, donde comienza a inculcarse y

transmitirse el uso de joyas, las cuales son vehiculizadas por medio del obsequio. Esta práctica no sólo es común al interior del grupo familiar, sino que genera un valor emotivo en el objeto donado. Cuando el marido obsequia una joya a su esposa o a sus hijos, no está únicamente transmitiendo la práctica de obsequiar joyas, sino que está reforzando lazos emotivos al interior del grupo familiar, que posteriormente se amplían y se transmiten más allá de los lazos parentales.

Los joyeros y joyas están íntimamente ligados al acto del obsequio. Esta práctica simbólica permite transformar una joya en algo singular, que puede significar un reforzamiento de los lazos sociales a nivel familiar, marital o de amistad. Sin embargo, el acto de obsequiar joyas puede esconder cierta búsqueda de prestigio, como la que fue posible describir en los obsequios dirigidos al Papa Juan Pablo Segundo de parte de la Asociación Nacional de joyeros.

Mientras continúen existiendo algunas costumbres que rodean la institución del matrimonio, como el obsequio del anillo de compromiso o la postura de argollas como símbolo de unión marital, el oficio del joyero estará lejos de desaparecer. A esto se suma, que el acto de obsequio de joyas (cadenas, medallas, anillo, aros, pulsera, entre otros) continuará realizándose entre las personas. De modo que, en este tipo de instancias las relaciones sociales aún necesitan del joyero para reactivarse y reforzarse, por ende su figura se vuelve irremplazable.

Por otra parte, hay objetos que han perdido continuidad simbólica, tal como ha sucedido con la “ilusión”, debido a la informalidad de las relaciones amorosas su uso se ha vuelto innecesario. En el caso de brillantes de corte antiguo, ha sido desplazado por brillantes de corte moderno debido a su mayor cantidad de cortes sobre el diamante, ofreciendo un mejor brillo. El uso del oro rosado también ha sido desplazado por el oro amarillo, aunque este tipo de cambio está regulado por la moda proveniente de Europa como uno de los centros validados en la construcción de imaginarios. La fabricación de joyas ostentosas de oro ha cambiado por joyas más moderadas y discretas, ya que el uso de joyas ostentosas ha sido coartado por el alto valor del oro y el robo de joyas. El conocimiento técnico

productivo del joyero se adecua a la forma en que el mundo actual se relaciona e interpreta la realidad, dejando entrever esta dialéctica entre los aspectos técnicos de una joya frente a los elementos ideológicos y valóricos que se construyen al consumir dicha joya.

Sin duda, la discontinuidad o quiebre simbólico más particular sobre un objeto singular, es el descrito en el periodo del régimen militar en Chile. Donde el Estado chileno es quien solicita extraer las argollas de matrimonio (de algunos voluntarios) de su estado singular, para ser intercambiadas por argollas de cobre. Las argollas de oro se convertirán en un respaldo económico para las arcas del Estado. En este caso, es el poder político del Estado quien transforma un objeto singular en una mercancía estatal.

No niego los cambios que ha tenido que enfrentar este oficio debido a la disminución significativa de la demanda de joyas de oro, la que es causada por los altos precios que pueden alcanzar los metales. El alza y escasez de la materia prima son uno de los factores que continuarán obligando al joyero a adaptarse y reestructurarse en torno a la producción. Actualmente, un claro ejemplo de ello es la escasa fabricación de joyas de platino en Santiago (debido a su escasez y elevado precio), y el protagonismo que ha adquirido la plata al interior de los talleres de joyería. Sin lugar dudas, las joyas de oro han sido uno de los bienes que ha perdido más terreno en relación a unas décadas atrás, donde era posible distinguir (según el relato de clientas y joyeros) un uso bien marcado de objetos de oro en la capital. Sin embargo, el aumento exponencial de su precio ha acrecentado el nivel suntuario de los objetos de oro. Además, el uso de joyas de oro en la vía pública es cada vez menor. Esto refleja, claramente, las tensiones típicas de un sistema económico desigual, donde portar joyas de oro en la vía pública representa un peligro latente. Así, su uso se ha orientado para eventos más exclusivos y privados para la persona.

Los joyeros son agentes funcionales a un sistema jerárquico y políticamente establecido. Por lo tanto, el conflicto social y las denominadas crisis económicas afectan directamente la actividad del joyero. En sociedades jerárquicas llamadas primitivas, pre-capitalistas o medievales, el joyero venía a legitimar dichas jerarquías con sus objetos. Actualmente, la labor simbólica del joyero por medio de las joyas, ha dejado de ser solamente un indicador

jerárquico, sino que se ha volcado a clasificar y distinguir de manera más específica diversos gustos que apuntan a ciertos estilos de vida.

La función de los joyeros está determinada por los objetos que fabrica y como estos tienen un impacto simbólico en las relaciones sociales. La función de los joyeros y sus objetos permiten construir una realidad específica y detallada de cómo las personas clasifican su vida social. Las joyas pasan a ser contenedores de una parte del tejido simbólico. Algunas de estas tienen por tradición, un carácter más simbólico que lujoso o viceversa. Por ejemplo, no hay nada de lujoso en una medalla de plata para un recién graduado. Lo simbólico se impone más aún si se trata de producir un obsequio. Esto no quiere decir que las joyas lujosas no sean simbólicas, pues su significado apunta a identificar gustos y estilos de vida, que indican una posición social y una condición económica importante.

Se pueden encontrar formas de gustos que tienen un carácter más subjetivo, en el sentido de la exclusividad de la joya, como se da en los casos de anillo de brillantes u otras piedras preciosas. Este tipo de objetos retrata un estilo de vida más orientada e identificada con el lujo social. Los objetos de plata ofrecen una opción más económica y menos ostentosa, este tipo de objetos pueden ser utilizados para indicar un aspecto laboral, religioso, entre otros ámbitos que pueden identificar y distinguir la vida cotidiana de la persona.

Una de las funciones que tiene el oficio del joyero, es su capacidad de fabricar diversos objetos que pretenden contribuir a una parte del sistema de clasificaciones que las personas requieren en su vida social. Por lo tanto, el joyero que elabora joyas a pedido está fabricando objetos que son mercancías terminales, es decir, objetos que están transitando hacia una singularidad concedida por la persona que utilice la joya. En el caso de mujeres que utilizan joyas, estas son percibidas como objetos que les refuerzan su género. Es decir, que las hacen sentir más femeninas.

Otras de las realidades que ha permitido contrastar el objetivo de esta tesis, ha sido la incipiente producción de joyas que posean un sentido de distinción étnico cultural como sucede con la fabricación de la platería mapuche. Esta se ha ido instalando en la esfera social urbana, respaldada por nuevos escenarios políticos y legales (ley indígena), los

cuales han proporcionado un terreno óptimo para que la cultura mapuche reincorpore elementos importantes para reconstruir su identidad. Entre ellos su platería ancestral, aunque presentando algunos cambios más acorde a un contexto moderno de vida urbana. El gran tamaño de las piezas tiende a desaparecer, puesto que no es viable económicamente y poco práctico. Su uso cotidiano termina por disminuir el tamaño de la platería mapuche, pero no su sentido, ya sea para su uso identitario representando a las personas que se sienten parte de la cultura mapuche como estilo de vida en el sentido de Bourdieu (1999). Siendo fieles a la idea de que estos objetos sean preferentemente de plata (aunque la alpaca ha sido una opción debido a su similitud en tonalidad), y tratando de mantener los diseños tradicionales. Por otro lado, también la fabricación de estos objetos representan gustos que tiene que ver con un interés turístico o como una pieza exótica. En definitiva, los joyeros deben ser reconocidos como parte de un sistema de producción simbólica a lo largo de la historia de la sociedad, puesto que son fabricantes de símbolos de identidad, colaborando en las formas de representación simbólica que requieren las personas que se consideran pertenecientes a una cultura originaria.

El joyero está lejos de ser un simple productor de joyas cuyo valor es meramente mercantil. Estas últimas son resultado de una serie de conductas socioculturales determinadas por los gustos y estilos de vida de las personas que permiten singularizar las joyas. La apropiación material y simbólica de esta clase de objetos, retratan ciertas prácticas distintivas o *habitus*. El oficio del joyero hace posible visualizar el funcionamiento de ciertos sistemas de clasificación de las personas, ya sea como el lugar que estas pueden ocupar en la estructura económica y cultural. Existe una búsqueda interminable del sentido y significado que se le asignan a las cosas en el mundo social. Las posturas de argollas matrimoniales, los anillos de compromiso, las medallas con santos, entre otros objetos que puedan representar hechos cotidianos o extra-cotidianos, no son otra cosa que una manera de darle sentido al diario vivir de las personas. Algunas de estas joyas expresan la continuidad de ciertas tradiciones dentro de nuestro sistema de valores. A su vez, estos objetos van estructurando, ordenando y comunicando nuestro deseo y pensamiento, pero por sobre todo nuestra relación con los otros.

El joyero de Santiago ha experimentado distintas etapas que han definido la demanda de sus productos y su percepción del oficio. Dichas etapas han marcado la carrera del joyero en un sentido descendente desde el punto de vista productivo. Existe una percepción casi unánime de parte de los joyeros sobre un pasado más beneficioso en términos de trabajo y ganancia. Antiguamente, su trabajo le reportaba altos ingresos, en comparación con la situación actual del oficio, donde el elevado precio del oro ha sido uno de los factores que ha restringido el interés por las joyas. A esto, debo agregar que factores como el robo en la vía pública y la aparición de objetos de última tecnología (celulares, plasmas, MP3, MP4, entre otros) han colaborado en disminuir el interés en las joyas. Éstas, en parte, han tenido que compartir el espacio que antiguamente protagonizaban en la vida social de las personas.

Es importante en esta investigación señalar que oficios como el del joyero continúan reflejando una forma de producción nacional, donde la materia prima utilizada (los metales) también proviene de nuestra tierra y, a pesar de que las joyas importadas, propias de un mercado global, han intentado competir con el oficio local, jamás lograrán remplazar la función histórica que cumple el joyero en la sociedad.

Considero que esta investigación es importante para la antropología, ya que fue posible recoger datos empíricos y de primera mano, los cuales pueden ser de gran utilidad para distintos enfoques antropológicos. Siendo, para este caso, una información vital para analizar un oficio que está íntimamente ligado con las construcciones simbólicas, que históricamente han elaborado nuestras sociedades, ya sea para reforzar el poder de ciertos grupos, generar mecanismos de clasificación y distinción social. Y por qué no decirlo, la construcción de lazos emotivos también ha sido uno de las razones por la cual el joyero y las joyas continúan vigentes en nuestra sociedad. Estas últimas, con el tiempo pueden pasar a formar parte de un patrimonio familiar o histórico.

BIBLIOGRAFÍA.

Aldunate, Carlos: “Reflexiones acerca de la platería Mapuche”. En Platería Araucana, Museo de Arte Precolombino. Chile, 1983.

Appadurai, Arjun: “La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de la mercancía”. Editorial Grijalbo, México, 1991.

Aguirre Baztán, Ángel: “Etnografía: Metodología cualitativa en la investigación sociocultural”. Ediciones Marcombo, España, 1995.

Bourdieu, Pierre: “Notas provisionales sobre la percepción social del cuerpo”. En Materiales de Sociología Crítica. Ed. La Piqueta. Madrid, 1986.

Bourdieu, Pierre: “Razones Prácticas: sobre la teoría de la acción”. Editorial Anagrama, 1997.

Bourdieu, Pierre: “La Distinción. Criterios y bases sociales del gusto”. Ediciones Taurus, España, 1999.

Canclini, García Néstor: “Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización”. Ediciones Grijalbo, México 1995.

Canclini, García Néstor: “La producción simbólica: teoría y método en sociología del arte”. Editorial Veintiuno, México, 2001.

Candau, Joel: “Antropología de la Memoria”. Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires, 2006.

Cobo, Bernabé: “La Historia del Nuevo Mundo” 1964. En http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/libros/2011/vetter_plateros/cap_1.pdf.

Codina, Carles i Armengol: “La Joyería”. Ediciones Parramón. Barcelona, 2008.

Douglas, Mary / Isherwood Barón: “El mundo de los Bienes. Hacia una antropología del consumo”. Editorial Grijalbo, México, 1990.

Cherry, John: Orfebres. “Artesanos Medievales”. Ediciones Akal, España, 1999.

Gainza, Álvaro: “La Entrevista en Profundidad.” En Metodología de investigación Social. Introducción a los oficios de Manuel Canales C, LOM Ediciones, 2006.

Gell, Alfred: “Los recién llegados al mundo d los bienes: El consumo entre los Gondos Muria.” En Vida Social de las Cosas: Perspectiva cultural de las mercancías Arjun Appadurai. Ediciones Grijalbo, México, 1991.

Godelier, Maurice. “El Enigma del Don”. Ediciones Paidós, España, 1998.

Kopytoff, Igor: “La Biografía cultural de las cosas: La mercantilización como proceso.” En Vida Social de las Cosas: Perspectiva cultural de las mercancías Arjun Appadurai. Ediciones Grijalbo, México, 1991.

Malinowski, Bronislaw: “Los Argonautas del pacifico occidental. Un estudio sobre comercio y aventura entre los indígenas de los indígenas de los archipiélagos de la Nueva Guinea melanésica”. Ediciones Península, Barcelona, 1995.

Martin, Juez Fernando: “Patrimonios”, En Revista Cuicuiló. Escuela Nacional de Antropología e Historia. Volumen 11, México, 2004.

Marx, Karl: El capital, Crítica de la economía política. Libro primero: el proceso de la producción del capital. Siglo XXI Editores, México, 1975.

Mauss, Marcel: Sociología y Antropología. Editorial Tecnos S.A. Madrid, 1991.

Mauss, Marcel: Introducción a la Etnografía. Ediciones ISTMO, Madrid, 1971.

Morris, Raul: Platería Mapuche. Editorial KACTUS, Chile, 1992.

Lechtman, Heather: “La metalurgia precolombina: tecnología y valores.” En Los Orfebres Olvidados de América, pp. 9-18. Museo Chileno de Arte Precolombino, Santiago, 1991.

Pineda, Roberto: “Historia, metamorfosis y poder en la orfebrería prehispánica de Colombia”, en Revista de historia y antigüedades, vol. 92, N° 830, pags. 635-658, Colombia, 2005.

Real Academia Española: Diccionario practico del estudiante. Santillana Ediciones, España, 2007.

Rodríguez, Gregorio, Gil, Javier y García, Eduardo: Metodología de la investigación cualitativa. Edición Aljibe, España, 1999.

Sampieri, Roberto: Metodología de la investigación. Ediciones Mc Graw-hill, 2010.

Sannett, Richard: El Artesano. Editorial ANAGRAMA, Barcelona, 2009.

Scribano, Adrian y De Sena, Angélica: Construcción de conocimiento en Latinoamérica. Algunas reflexiones desde la auto-etnografía como estrategia de investigación, 2009. En Cinta de Moebío, Revista de Epistemología de Ciencia Sociales. Universidad de Chile. Volumen 34, Santiago, 2009.

Spooner, Brian: “Tejedores y comerciantes: La autenticidad de una alfombra oriental”. En Vida Social de las Cosas: Perspectiva cultural de las mercancías Arjun Appadurai. Ediciones Grijalbo, México, 1991.

Taylor, Steve y Bogdan, Robert: “Introducción a los métodos Cualitativos”, Ediciones Paidós, España, 1987.

Trías Mercant, Sebastián: “Los documentos y la cultura material.” En Etnografía: Metodología cualitativa en la investigación sociocultural. De Aguirre Baztán, Ángel Editorial Marcombo, España, 1995.

Revista de la Asociación de Joyeros, Relojeros y Afines, Volumen 9. Santiago, 1973.

Revista Joyas Todahora, Santiago, 1992.

Revista Mosso. Ediciones Joyería Mosso, Santiago, 2007.