

LA VALORACIÓN DE LAS ARTESANÍAS EN EL SUR DE BRASIL A TRAVÉS DEL TURISMO

Caroline Ciliane Ceretta^{*}

Universidad Federal de Pelotas - Brasil

Nara Rejane Zamberlan dos Santos^{**}

Universidad Federal do Pampa - São Gabriel, Brasil

Vilson Flores dos Santos^{***}

Universidad Federal de Santa Maria - Brasil

Resumen: Por su naturaleza compleja el turismo ha sido mediador y protagonista en la economía de los destinos que se apropian de su práctica. El artesanado de los destinos se interesó en la posibilidad de involucrar diferentes sectores que les permitió unir cultura, identidad y arte. Así, este artículo intenta analizar el artesanado de Rio Grande do Sul desde la perspectiva del turismo y contextualizar la actividad artesanal en la segmentación del turismo. Se presentan algunos aspectos legales de la actividad, así como evidencias de la producción y las oportunidades del artesanado en el estado. Metodológicamente se caracteriza como una investigación bibliográfica de carácter cualitativo. La recolección de datos se basó en artículos científicos, libros y documentos. El debate muestra la relevancia de la actividad artesanal a partir de la valoración y comercialización propuestas por el turismo. El estudio permitió evaluar las contribuciones del artesanado en las comunidades que lo eligieron como fuente de ingresos, bienestar social, calidad de vida y desarrollo.

PALABRAS CLAVE: producción artesanal, identidad, turismo cultural, oportunidades, desarrollo local.

Abstract: *The Valuing of Craft in Southern Brazil in Consequence of Tourism. Due to its heterogeneous and complex nature, tourism has been both a mediator and a protagonist in the economy of the destinies where it is practiced. Tourism's plural capacity to involve different sectors has raised interest in the craft production of places able to combine culture, identity and art. In this respect, this study aimed to analyze the craft production in Rio Grande do Sul from the tourism perspective and contextualize the craft activity in the tourism sector. It presents the main legal aspects concerning the activity as well as evidences on craft production and craft opportunities in the state. A literature research of qualitative approach was carried out. Information was collected from scientific papers, books and documents. The discussion highlights the relevance of craft activity as a result of its valuing and marketing by tourism. The study provides a dialogue about the craft contribution to the communities that adopted this activity as a source of income, welfare, quality of life and development.*

KEY WORDS: craft production, identity, cultural tourism, opportunities, local development.

^{*} Posee un Bachiller en Turismo por la Universidad de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, Brasil; y una Maestría en Turismo por la Universidad de Caxias do Sul, Caxias do Sul, Brasil. Se desempeña como Profesora efectiva del Departamento de Administración y Turismo de la Universidad Federal de Pelotas (UFPEL), Pelotas, RS, Brasil. E-mail: carolineceretta@hotmail.com

^{**} Ingeniera Agrónoma por la Universidad Federal de Santa Maria, Santa Maria, Brasil; Maestría en Agronomía y Doctora en Ingeniería Forestal por la misma institución. Se desempeña como Profesora del Bachillerato en Gestión Ambiental y el Bachillerato en Ingeniería Forestal en la Universidad Federal do Pampa, São Gabriel, Brasil. E-mail: narazamberlan@gmail.com

^{***} Profesor de Historia por la FAFIS (Facultad de Filosofía, Ciencias y Letras de Santiago), Santiago, RS, Brasil; graduado en Zootecnia por la Universidad Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria, Brasil; Maestría en Extensión Rural por la UFSM; y Doctorando en Extensión Rural por la misma institución. E-mail: wilsonflores@yahoo.com.br

INTRODUCCIÓN

Considerando la pluralidad del turismo las actividades sociales, culturales, ambientales y económicas son favorecidas y vislumbradas como oportunas. Es el caso de la agroindustria, los eventos regionales, las acciones de responsabilidad ambiental, el respeto a la cultura y la tradición de los visitados, las artesanías, la seguridad alimentaria y el desarrollo del campo y la ciudad. En este contexto, el artesanado encuentra las oportunidades y sinergias del turismo, iniciando un proceso de activación de los valores culturales locales favoreciendo la exposición y el consumo simbólico de lo que identifica a una comunidad (tradicción, herencia y patrimonio).

Con el reciente énfasis del desarrollo territorial se observa un período de rescate y valoración de la tradición cultural y los vínculos con determinados territorios apelando a la pretendida identidad territorial. Así, se favorece a las comunidades que directa o indirectamente buscan en las artesanías una fuente de ingresos, de valoración de la identidad cultural, de trabajo y de mejora de las condiciones de vida tanto del artesano como de su familia.

Muchas iniciativas públicas son identificadas internacionalmente y repercuten en la agenda brasileña sobre la salvaguarda del patrimonio cultural, como muestra la Convención nº 169 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) sobre pueblos indígenas y tribus. La misma es del año 1989 pero entró en vigor en Brasil en el año 2003 (OIT, 2011). En el artículo nº23 queda claro que las actividades del artesanado, las industrias rurales y comunitarias, la economía de subsistencia y las actividades de los pueblos tradicionales (caza, caza con trampas y recolección), deberían ser reconocidas como factores importantes del mantenimiento de la cultura, la autosuficiencia y el desarrollo económico. Pero también se debería garantizar que las actividades sean fortalecidas y estimuladas. Asimismo, las comunidades tradicionales y tribales también deben recibir la debida asistencia técnica y financiera teniendo en cuenta las técnicas tradicionales, las características culturales de esos pueblos y la importancia del desarrollo sustentado y equitativo.

Las políticas internacionales ganan gran fuerza en los países latinoamericanos a partir de las acciones de protección de las artesanías, el patrimonio cultural y las condiciones de supervivencia del artesanado (generación de ingresos y mejora de las condiciones de vida). Este es el caso de algunos pueblos de Chile, Brasil, Perú, Colombia y de otros países andinos herederos de la cultura inca, maya, azteca, olmeca, portuguesa o española, que encuentran en el turismo cultural una fuente de ingresos y trabajo.

Así, el objetivo general de este estudio es analizar la situación del artesanado al sur de Brasil, específicamente en Rio Grande do Sul; un territorio de tradición indígena al cual el turismo ha brindado una oportunidad de salvaguarda del patrimonio cultural. La investigación busca contextualizar la actividad del artesanado en la segmentación del turismo cultural, presentar los principales aspectos legales de la actividad vigentes en el estado de Rio Grande do Sul (influenciado

por la cultura gaúcha, misionera e indígena), y poner en evidencia las oportunidades del artesanado de Rio Grande do Sul que aún es poco explotado turísticamente.

El estudio es exploratorio con carácter cualitativo y su reflexión teórica contempla aspectos de la cultura, el turismo y el patrimonio expresado en el artesanado tradicional y artístico. Según Gerhardt & Silveira (2009) la investigación exploratoria tiene como objetivo proporcionar una mayor familiaridad con el problema para hacerlo más explícito. Para Triviños (1987) se recurre a un estudio cualitativo cuando se pretende describir los hechos y fenómenos de determinada realidad. La recolección de datos se dio en fuentes secundarias como artículos científicos, libros y documentos que identificaban el tema propuesto y relataban situaciones y resultados obtenidos. El universo de la temática tuvo como propósito investigar algunos casos de Rio Grande do Sul en los que las artesanías son fuente de ingresos y mejora de la calidad de vida.

TURISMO, CULTURA E IDENTIDAD: POR UNA SALVAGUARDA DEL PATRIMONIO LOCAL

Tomar al desplazamiento como principal elemento para identificar la actividad turística ya no es válido. El consumo turístico ha ganado un importante atractivo cultural y aunque sea simbólico ha marcado a la sociedad actual. La nueva mirada del turismo a partir de la década de 1980 provocó un cambio de visión, de base economicista y volcada al trinomio hotel, agencia y transporte. Surge una nueva concepción, una nueva mirada, para la actividad turística que reconoce la cultura, los valores y la identidad como elementos esenciales para los destinos turísticos. La valoración de los recursos y la salvaguarda del patrimonio comienzan a guiar la logística del turismo global.

Al mismo tiempo en que la globalización muestra el frenesí por la estandarización del consumo y los productos, los actores locales, habitantes de comunidades tradicionales, preservan costumbres y creencias heredadas de los antepasados destacando los valores culturales e identitarios en medio de la estandarización global. ¿De dónde surge esta fuerza individual? ¿Qué valores se destacan en la economía de volúmenes que se atraviesa? Las fuerzas culturales y sus dispositivos de desarrollo aparentemente ya no están vinculadas exclusivamente al crecimiento económico de la actividad, sino que buscan el bienestar social, la calidad de vida, la educación, la salud y el reconocimiento de la capacidad de cambio de los actores locales.

Si la globalización económica exacerba la homogeneización del gusto y de las expectativas tanto estéticas como de consumo, confirmándonos a todos como aldeanos globales, portadores de deseos y necesidades semejantes, marcar de alguna manera su origen nacional resulta imperativo para que una producción se distinga, sobresaliendo en un mercado altamente competitivo (Escorel, 2000: 24).

En esta perspectiva Vidaurre (2011) hace mención a la Convención de la UNESCO realizada en París en 2005, donde países como Francia, Canadá y México defendieron la idea de considerar la

cultura como el concepto fundamental y universal que incluye al capitalismo y sus costumbres, sin tener una matriz central que regule todo sino un elemento clave que es la conducta humana.

En la Conferencia General para la Educación, la Ciencia y la Cultura de las Naciones Unidas en 2005 (UNESCO, 2005) se consolidó la idea de que la diversidad cultural es una característica esencial de la humanidad, destacando entre sus objetivos promover el respeto por la diversidad de las expresiones culturales y la concientización sobre su valor a nivel local, nacional e internacional; reconocer la naturaleza específica de las actividades culturales, bienes y servicios como portadores de identidades, valores y significados; y reforzar la cooperación y solidaridad internacionales buscando aumentar las capacidades de los países en desarrollo a fin de proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales.

Asimismo, dicha Convención buscó reafirmar el derecho soberano de los Estados a conservar, adoptar e implementar políticas y medidas que consideren apropiadas para la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales en su territorio; reforzar la cooperación y la solidaridad internacionales para aumentar las capacidades de los países en desarrollo a fin de proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; y complementar el conjunto de instrumentos jurídicos desarrollados por la UNESCO para promover la diversidad creativa y cultivar un ámbito mundial en el cual la creatividad de los individuos y los pueblos sea protegida en su rica diversidad.

Así, el turismo cultural que surgió en respuesta al buen uso de los recursos culturales por parte de la sociedad, tiene como principal interés la valoración de aspectos de la cultura local vinculados a la historia, la vida cotidiana, el artesanado local o cualquier otro aspecto que abarque el concepto de cultura (Barretto, 2000).

Para Zamúdio (2005) el término patrimonio se refiere al conjunto de bienes pertenecientes a una persona independientemente de su raíz, origen o herencia de generaciones anteriores. Comprende todos los bienes que son expresiones y testimonio de la propia creación humana y que constituirán la identidad de un pueblo y su propiedad comunitaria. Las comunidades tradicionales e indígenas son ricas en conocimiento y valiosas por sus testimonios históricos y culturales. El conocimiento tradicional como saber culturalmente compartido y común a todos los miembros de un mismo grupo es un ingrediente importante en los procesos económicos, muchas veces insubstituibles. Por eso debe ser retribuido justamente.

El turismo cultural tiene al patrimonio como esencia de la actividad, capaz de despertar en el visitante el interés por descubrir sitios, monumentos y conductas humanas, a través de los hábitos, valores, formas de pensar y juicios que se tienen sobre el mundo y la cultura (Guerreiro & Barretto, 2007). Para García Canclini (1982) el capitalismo trajo la necesidad de un nuevo público, un nuevo turismo y otro modo de ejercer el gusto y el pensar la cultura. Es preciso abrir las vitrinas del arte y reubicarlas en los hechos y mensajes para aprender a pensar y a sentir. Esto sólo será posible

cuando las sociedades dejen de basarse en la explotación puramente mercantil de los hombres y sus obras.

Paralelamente y en reacción a las fuerzas homogeneizadoras de la globalización, diversos estudios y percepciones indican que las culturas locales están siendo revalorizadas y reorganizadas considerando el rescate de saberes y tradiciones. Para Sacco dos Anjos (2011) esto evidencia que las “economías de volumen” son substituidas por las “economías de valor”, consideradas más favorables a las virtudes encontradas en productos, procesos y servicios con identidad cultural, cuyo valor se manifiesta en el territorio a partir de la valoración de los activos intangibles revelados en el tejido social. Así, surgen estrategias que en su sentido construido y unido a la valoración de las actividades locales permitieron que los actores sociales se reorganicen en las nuevas economías emergentes en busca de un desarrollo efectivo.

La valoración de las diversidades y singularidades locales propicia la producción de bienes culturales diferenciados, el consumo de mercaderías con calidades específicas y el surgimiento de nuevas modalidades de servicios como las volcadas al uso turístico. De esta manera algunas comunidades buscan movilizar sus patrimonios naturales y culturales con la intención de mejorar su calidad de vida (Froehlich & Alves, 2007). Desde la perspectiva del desarrollo considerando la valoración de la cultura de los actores locales se busca movilizar un conjunto de activos relevantes (natural o cultural) a partir de proyectos de desarrollo que mediante acciones de carácter intersectorial sean capaces de promover sinergias entre los actores y el territorio (Wiskerke & Ploeg, 2004).

De esa forma, el elemento cultural entendido por Guerreiro & Barretto (2007) como productos y manifestaciones concretas, tanto eruditas como populares, revela su valor para el turismo principalmente cuando los visitantes y las comunidades receptoras llevan a cabo socializaciones e intercambios culturales. El turismo cultural puede reeducar a las comunidades y a los visitantes al mostrar los valores locales que a lo largo de la historia formaron la identidad del grupo en determinados territorios e identifican el sentimiento de pertenencia. En la cultura popular la identidad se manifiesta de forma tradicional y folclórica a través de la gastronomía típica; las fiestas y celebraciones populares; las leyendas, historias y saberes locales; los productos artesanales de origen y los modos peculiares de recibir a los visitantes; es decir en la demostración de la cultura local.

Para el Ministerio de Turismo (2008) el turismo cultural valoriza la cultura y toda la complejidad y particularidad que se moviliza en busca de los símbolos de la identidad local y la memoria colectiva de los pueblos. Esto remite al *“conjunto de experiencias, hechos históricos y elementos culturales comunes a un grupo o comunidad, que pueden ser representados por los bienes culturales materiales e inmateriales que componen el patrimonio”* (MTUR, 2008: 25). Así, el turismo cultural ha sido una oportunidad para mejorar las construcciones de la sociedad que están a disposición del consumo turístico y de la propia sociedad que representan.

La cultura según Périco (2009: 61) *“configura sistemas de significados creados históricamente que orientan a los individuos a dar forma, orden, objetivo y dirección a sus vidas. Las identidades constituyen una fuente para la construcción de esos significados que sirven para orientar sus comportamientos”*. Según el mismo autor al comprender la formación de una identidad territorial se fundamenta la pertenencia, la solidaridad y las acciones conjuntas; así como la identidad ayuda a rescatar las manifestaciones culturales favoreciendo aspectos endógenos fundamentales para recuperar la autoestima y consolidar los anhelos de los actores locales. Para Barquero (2001) la teoría del desarrollo endógeno focaliza la cuestión regional contribuyendo a entender las desigualdades regionales y permite proponer políticas.

El artesanado tiene un fuerte impacto en la construcción de la identidad local pues expresa el arte en sus diversas formas y contribuye a caracterizar la identidad cultural local. Para Cucho (1999) los grupos pasan a ser dotados de una identidad producto de su definición social. Pero el artesanado como expresión de vida, según Chiti (2003), al ser recuperado vuelve a la cultura de un grupo y a su condición de ser único; pues tiene sus raíces en el arte primitivo y comparte las mismas fuentes de inspiración, aunque se diferencia de éste por la posibilidad de replicar y reproducir los objetos incluso en pequeña escala (Silva, 2006). Buchy (2006) destaca que las relaciones entre el lugar y el mundo mediadas por los territorios se tornan cada vez más relevantes en el mercado actual.

En referencia al proceso inicial de relacionamiento para estrechar la relación de los productos y la identidad cultural, Arantes (2004) destaca puntos estratégicos como la singularidad vista como los diferenciales que comprueban el enraizamiento en la cultura local; la rastreabilidad que permite el contacto del consumidor con el ambiente social y cultural en el origen del producto; y la calidad que debe estar asociada a la base cultural tanto de los productores como de la organización social.

La acción colectiva de los actores sociales según Berdegué et al. (2012) incluye los objetivos comunes que van más allá de sus diferencias (distintos activos o capitales con que cuentan colectivamente como el capital económico, político, social y simbólico) y el desarrollo endógeno que estimula la articulación de los más diversos segmentos de la sociedad local para descubrir las soluciones de los principales problemas que son inherentes a esa comunidad (Godard et al., 1987).

ASPECTOS LEGALES DEL ARTESANADO EN BRASIL: UNA VISIÓN GENERAL

En el pensamiento contemporáneo cuando el turismo es reconocido como una oportunidad de agregar valor a la economía local, muchas actividades son convertidas para componer la oferta de productos y servicios en el destino. En ese momento, el municipio debe buscar la integración de todos los actores locales para que los sectores productivos, las entidades de clase, las empresas privadas, la comunidad local y el medio público puedan participar como sujetos activos de la nueva actividad. Uno de los principales pasos para identificar el turismo cultural es verificar si existe

demanda de recursos culturales, efectivos o potenciales, capaces de atraer visitantes motivados por la cultura del lugar.

Para el Ministerio de Turismo (2008) los atractivos culturales pueden ser: sitios históricos; edificaciones especiales como arquitectura y ruinas; obras de arte; espacios e instituciones culturales como museos, casas de cultura y bibliotecas; fiestas, festivales y celebraciones locales; gastronomía típica; artesanado y productos típicos; teatro y cine; ferias y mercados tradicionales; y saberes y haceres como historias y manualidades. También están incluidas las realizaciones artísticas (exposiciones y ateliers); eventos programados (ferias y otras realizaciones artísticas, culturales y gastronómicas) y todos los atractivos que se encuadren en la temática cultural. En ese sentido, la cultura y sus derivados constituyen la base del turismo cultural involucrando pinturas, esculturas, teatro, danzas, música, gastronomía, artesanías, literatura, historia, fiestas y folclore para identificar productos diferenciados y agregar valor social, cultural y económico al ambiente.

En relación a los aspectos legales relacionados a la cultura, la Constitución Brasileña de 1988 en su artículo nº 216 establece que el patrimonio cultural brasileño está compuesto por bienes de naturaleza material e inmaterial y regula su protección y promoción. Asimismo, se establecen los siguientes instrumentos para la conservación: inventarios, registros, vigilancia, reconocimiento como patrimonio y desapropiación, y multas por daños y amenazas a la integridad. Así, la protección del patrimonio material e inmaterial es responsabilidad del Instituto de Patrimonio Histórico y Artístico Nacional (IPHAN) (Ministério do Turismo, 2008). En tanto que compete al ámbito municipal, estatal y federal formular las políticas para incentivar, apoyar y promover el mantenimiento del patrimonio, además de facilitar las iniciativas del sector privado.

Cuando el turismo cultural es reconocido por la comunidad local pasa a formar parte de este proceso de desarrollo por el hecho de valorizar su identidad, el sentimiento de pertenencia, la mejora del bienestar social y la posibilidad de generar empleo, ingreso y otros indicadores favorables de salud, educación, respeto e infraestructura en el entorno habitual. Incluido en muchos itinerarios turísticos, el artesanado local es la expresión cultural que se presenta en formato de producto y tiene la función de compartir con el visitante un producto con identidad e historia, valorizando la cultura, el espacio y el arte de una comunidad.

En Brasil el Decreto Presidencial del 21 de marzo de 1991 dio origen al Programa del Artesanado Brasileño (PAB), vinculado al Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior. En Rio Grande do Sul la Fundación Gaúcha de Trabajo y Acción Social (FGTAS) es la entidad responsable por el artesanado en el Estado. El Programa Gaúcho del Artesanado (PGA), creado por el Gobierno del Estado de Rio Grande do Sul en 2010, se basa en el Programa Nacional de Desarrollo del Artesanado (PNDA) creado por el Decreto 90.098 del 08 de agosto de 1977. Entre 1964 y 1966 la Fundación Gaúcha de Trabajo y Acción Social (FGTAS) a través del Programa de Fomento Artesanal (PGFA) inició el registro de los artesanos existentes en Rio Grande do Sul y en 1973 mediante un

acuerdo entre las Secretarías de Trabajo y Hacienda (Decreto nº 22.801) se exime del ICMS a los artesanos registrados en el PGA, que actúa como garantía y respaldo cultural de los productos que son comercializados con la identidad del artesanado local.

El 11 de mayo de 1977 la Secretaría de Trabajo y Acción Social creó la Junta de Evaluación de Trabajos Artesanales con el objetivo de fiscalizar y asegurar la aplicación rigurosa de criterios en el empadronamiento de los artesanos. En 1987 esta junta fue reemplazada por la Comisión de Análisis, Clasificación y Registro del Artesanado de Rio Grande do Sul, vigente hoy en día. La misma está formada por la FGTAS y por representantes de las Secretarías estatales de Educación, Turismo y Cultura a través del Instituto Gaúcho de Tradición y Folclore (IGTF). La Fundación Gaúcha de Trabajo y Acción Social también ayuda a comercializar los productos organizando ferias locales y estatales.

Así, en 1990 se creó en Porto Alegre la Casa del Artesano para incentivar y apoyar a los trabajadores del área a comercializar sus productos. La Casa del Artesano pasó a ser la sede administrativa del Programa Gaúcho del Artesanado y el punto de comercialización de los productos realizados por los artesanos registrados (Brasil - Rio Grande do Sul, 2010).

En 2007 se inició el proceso de Revitalización del Programa con el objetivo de discutir junto a los artesanos e instituciones del área las políticas públicas para el segmento, estimulándolos a que perciban la actividad como fuente de ingresos y que vean la necesidad de readecuar el programa a las exigencias del mercado. De esta manera se establecieron los siguientes propósitos:

Formalizar el compromiso del Gobierno de Estado con la integración y calificación de las políticas públicas para este segmento; revitalizar y posicionar el artesanado de acuerdo con las nuevas demandas; estimular la capacitación gerencial y la calificación del artesano; promover la comercialización de las artesanías; facilitar el acceso de los artesanos a las líneas de crédito; y facilitar el acceso de públicos prioritarios al programa Gaúcho del Artesanado (oriundos del Programa Emancipar, discapacitados, quilombolas) (Brasil – Rio Grande do Sul, 2010: 15).

El proceso de Revitalización del Artesanado fue significativo para valorar la actividad y a partir de 2007 se registró una serie de hechos sobresalientes, entre los que se destacan el aumento significativo del número de artesanos registrados y el encaminamiento de la propuesta de la Ley que establece el marco legal para el artesanado y la calificación de la EXPOARGS realizada hace más de 25 años junto a la EXPOINTER. Se suman a estos avances las dos ediciones de la Artesul (única feria destinada exclusivamente al artesanado gaúcho) implementada en la ciudad de Porto Alegre (RS) y la revitalización de la Casa del Artesano de Porto Alegre, la cual alberga la sede del Programa Gaúcho del Artesanado que permitió formalizar asociaciones con otros municipios y crear nuevas Casas de Artesanos.

En las iniciativas del Gobierno de Estado se observa una mejora en las relaciones políticas con el Programa del Artesanado Brasileño coordinado por el Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio. Esto permitió revitalizar muchas Casas de Artesanos que funcionaban junto a la agencia en el interior del Estado, implementar el SICAB (Sistema Informatizado de Registro del Artesanado Brasileño), calificar a los artesanos, ampliar la participación de los artesanos y del Estado en ferias y eventos, incluir al artesanado en el calendario de eventos y las programaciones del gobierno a través del proyecto Ferias Itinerantes de Artesanías, entre otros incentivos y valorizaciones.

Algunas actividades son capaces de transformar la realidad de lugares que depositan en el turismo la oportunidad de agregar valores a sus productos identitarios, impulsados por incentivos públicos que utilizan al artesanado como un modificador socioeconómico. En este contexto, el papel del artesano es fundamental por convertirse en un sujeto reconocido y activo en el proceso de agregar valor a la identidad de los lugares. Esto reconoce la relevancia de la presencia del turismo, permitiendo a los destinos diversas oportunidades de agregar valor a su economía.

En relación a las directrices del Programa Gaúcho del Artesanado se establecieron como prioridad la determinación de las normas de funcionamiento del Programa en el Estado; la coordinación y supervisión de la ejecución de las acciones previstas por el Programa; la promoción, difusión y aplicación de las normas del Programa; la proposición y aplicación de las normas de protección, fomento y valoración del oficio de Artesano; la proposición de políticas públicas de incentivo a la producción artesanal; el apoyo e incentivo a la formación de asociaciones y grupos de autogestión cuyo objetivo sea desarrollar y fortalecer el oficio de artesano; el incentivo y la realización de cursos, grupos y eventos para formar y perfeccionar el oficio y mejorar la calidad de las artesanías; la difusión de las artesanías de Rio Grande do Sul y la promoción de la integración de los artesanos de Rio Grande do Sul con los artesanos del resto del país.

En 2010 la Ley nº 13.516 del 13 de septiembre de 2010, publicada en el Boletín Oficial del Estado (DOE nº 175) crea la Acción Estadual de Valoración del Artesanado en el Estado de Rio Grande do Sul y da otros lineamientos. El artículo 1º de dicha ley (Brasil, 2010a) establece la finalidad de valorar al artesanado para contribuir al desarrollo sustentable, fortalecer las tradiciones culturales y locales, incentivar el proceso artesanal y mantener la generación de ingresos. En el artículo 2º párrafo II se define a las artesanías como *el objeto o conjunto de objetos utilitarios y decorativos para la vida cotidiana del hombre, producidos de manera independiente usando materia prima en su estado natural y/o procesados industrialmente, donde la destreza manual del hombre sea imprescindible y fundamental para imprimir al objeto características propias que reflejen la personalidad y la técnica del artesano* (Brasil, 2010a).

La Ley nº 13.516 también se refiere al registro de la actividad del artesano en su artículo 5º, indicando que éste estará a cargo del organismo del Estado responsable de su control. Además, hace

mención a la materia prima que debe ser utilizada. El artículo 6º dice que todos los artesanos deben tener tarjeta de identificación y registro renovables cada 12 meses.

Dado el apoyo de las políticas públicas la actividad artesanal pasa a ser reconocida y valorizada como un trabajo muy activo en la sociedad, donde la cultura, la historia y el arte muestran la identidad del hombre y sus aspectos construidos a través del tiempo. El turismo cultural, directa o indirectamente, establece en las artesanías un punto de referencia del consumo turístico que permite el crecimiento económico y cultural de los actores involucrados en la actividad. El artesanado local de diversos estados de Brasil resulta una significativa fuente de ingresos. La actividad reúne mujeres, amas de casa y adolescentes, que dependen exclusivamente de la venta de los productos comercializados en ferias, avenidas y plazas públicas.

En Rio Grande do Sul el incentivo del gobierno estadual es una forma de expandir e incentivar legalmente el apoyo a los municipios. Si bien han sido poco difundidas en la comunidad las artesanías gaúchas han avanzado significativamente y muestran una prometedora organización, legitimada con la Ley nº 13.518 del 13 de septiembre de 2010 que crea el Comité Gaúcho del Artesanado (CGA) (Brasil, 2010b). En 1980 surge la Cooperativa de los Artesanos de Rio Grande do Sul Ltda (Cooparigs) que desarrolla un trabajo social junto a la Sociedad de Amigos de las Ilhas do Guaíba y su principal objetivo fue crear oportunidades de trabajo e ingreso para los pobladores. A través de donaciones y asistencia voluntaria las mujeres se fueron capacitando en las técnicas de tejido artesanal con lana virgen y enseguida se empezaron a comercializar las piezas producidas. En 1996 la cooperativa se asoció con el SEBRAE-RS buscando capacitación en gestión, diseño y comercialización de productos.

El modelo de este proyecto sirvió de base para varios estados de Brasil y en 2002 el trabajo desarrollado con la marca “Mano Gaúcha” recibió el sello de la UNESCO y fue reconocido como de relevancia social. En 2003 el proyecto “Mano Gaúcha” pasa al cuidado de la COOPARIGS y es registrado en el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial (INPI), una autarquía del gobierno brasileño responsable de perfeccionar, difundir y gestionar el sistema brasileño de concesión y garantía de derechos de propiedad intelectual para la industria y los registros de marcas, diseños industriales, indicaciones geográficas, etc. (INPI, 2014). Desde entonces, la cooperativa es responsable de gerenciar la marca Mano Gaúcha y está formada por 110 artesanos asociados, y como algunos trabajos se desarrollan en grupos familiares reúne unas 250 personas aproximadamente (Cooparigs, 2012).

ARTESANADO EN RIO GRANDE DO SUL: EXPERIENCIAS Y OPORTUNIDADES

Sociológicamente, buscar evidencias del artesanado de Rio Grande do Sul no es tarea difícil. Existe una vasta producción cultural e identitaria en el campo o en la ciudad. Cuando se perciben oportunidades de lograr bienestar social y mejorar la calidad de vida se proyecta el artesanado para

agregar valor al ingreso y la ocupación de muchas familias (a veces como principal fuente de ingresos).

Tal vez uno de los ejemplos más interesantes del Estado en la utilización del artesanado como una estrategia de reproducción en la agricultura familiar es la comunidad de Vila Progresso, en el municipio de Caçapava do Sul. En el estudio realizado por Silva & Wizniewsky (2011) el artesanado es visto como una notable pluriactividad (*pluriativity*) para las familias. Para Sacco dos Anjos (2003) la “pluriactividad” significa las diversas actividades ejecutadas por los integrantes de la familia en el interior o fuera de la explotación agraria con la finalidad de obtener un ingreso económico. En Vila Progresso, ubicada en la BR-290 a 25 km de la sede del municipio de Caçapava do Sul, la actividad artesanal es muy representativa en el ingreso familiar. La mayoría de los artesanos reside a orillas de la autovía donde exponen sus productos al aire libre. Todos los artesanos utilizan como principal materia prima la lana virgen y el cuero bovino con los cuales producen viseras, boinas, chaquetas, mantas, alfombras, guantes y *chergão* (una especie de accesorio para montar), manteniendo los mismos colores y diseños, así como los mismos precios. No obstante, la producción familiar es individual y se rehúsan a establecer asociaciones entre los productores. Dicen que sólo se unen “*en caso de enfermedad de algún integrante de la familia. Fuera de esto cada uno se encierra en su unidad productiva*” (Silva & Wizniewsky, 2011: 31).

Las familias establecen estrategias de comercialización a fin de superar la competencia y no aceptan que la comunidad o el exterior (EMATER o SEBRAE) interfieran. La misma casa es el lugar de producción, los telares son rústicos y predomina la idiosincrasia individualista y competitiva. Los artesanos de la lana transmiten su técnica de generación a generación. Se inician a los 10 años de edad y manejan los telares contra el turno de la escuela. Así, aprovechando el flujo de turistas en las márgenes de la BR 290 los artesanos impulsan la economía local. Hoy en día las piezas producidas se comercializan por la venta directa promovida por el propio agricultor-artesano. Ellos unen la agricultura de subsistencia con el artesanado, es decir que no es una actividad complementaria sino una nueva actividad independiente del sector agrícola.

Por otro lado, en la Región Sur del Estado el proyecto Bichos do Mar de Dentro del municipio de Pelotas se basa en el asociativismo, otro formato de actividad y de agregación de valor e ingresos. La colección Bichos do Mar de Dentro representa una selección de animales silvestres que viven en la región de la Costa Doce, que incluye el Mar de Dentro desde Guaíba hasta el Chuí (Bichos do Mar de Dentro, 2012). Los animales reproducidos por los artesanos y conocidos por los pobladores de la región son: cormorán, carpincho, cisne de cuello negro, búho, zarigüeya de orejas blancas, garza blanca, zorro de las pampas, yacaré overo, *jararaca da praia* (serpiente venenosa), tero, *rã-macaco* (especie de anfibio), tortuga tigre de río y cardenal (Figura 1).

Figura 1: Coruja do campo (llavero de fieltro), Quero-quero (rompecabezas) y Saíra de Siete colores (bicho de fieltro)



Fuente: Bichos Mar de Dentro, 2012

Las técnicas utilizadas artesanalmente son costura, bordado, crochet, tricot, pintura sobre tela, objetos de decoración y utilitarios en cerámica, juegos y juguetes. Conforme el sitio <http://www.bichosmardedentro.com.br> el núcleo del municipio de Arroio Grande fue contemplado en el TOP100 de artesanados del SEBRAE en Rio de Janeiro en 2012, y cuenta con el apoyo del Gobierno Federal, de la Fundación Banco do Brasil, la Caja Económica Federal, el SESI, Correios y Petrobras.

En la región noroeste del estado conocida como Missões las artesanías representan una actividad cotidiana. Pero en la Región Misionera la presencia de la etnia Guaraní Mbya ha incorporado a las artesanías a la vida cotidiana a través de varias etapas de trabajo. El espacio físico de la aldea o *tekoa* (lugar donde viven según sus costumbres y leyes) poseen recursos naturales preservados permitiendo la privacidad de la comunidad para el guaraní. La agricultura es la actividad estructural de la vida comunitaria y el artesanado produce un bien que pertenece a la familia y todo el proceso de recolección y corte de la materia prima obedece al calendario lunar. Para los indios el artesanado es la principal fuente de ingresos pues venden diariamente los productos en el Sitio Arqueológico de São Miguel Arcanjo.

En los estudios realizados por Guerreiro & Barretto (2007) en São Miguel das Missões el turismo es una significativa fuente de ingresos para la comunidad indígena y la venta de artesanías representa el único momento de contacto entre el turista y los indios, un encuentro netamente comercial. Infelizmente, en ningún momento se verifica la interacción entre los saberes, la valoración del otro o el interés por conocer la identidad y el valor de las culturas que se presentan. La situación vivida en el municipio mostró el abandono y la precariedad que sufren los guaraníes frente a la exhuberancia del patrimonio cultural de la humanidad.

Se debe pensar en esta situación porque el turismo es una actividad que valoriza antes que todo al ser humano en sus ideologías e identidades. ¿Cómo se ven estas situaciones? ¿Existe alguna asistencia social para estos “vendedores” de artesanías? La autorización para comercializar artesanías fue concedida en 1995 por el Museo das Missões por reconocer que los indios guaraníes no poseían lo mínimo para que su cultura sobreviviera. La familia del artesano José Acosta fue una

de las pioneras en vender artesanías (animales tallados en madera y cestos de bambú). Asimismo, ¿existe alguna otra forma de ayuda social?

Desde la creación del Proyecto Tekoha en 1999 para valorizar el remanente misionero con el apoyo de la Prefectura Municipal y el Instituto de Patrimonio Histórico y Artístico Nacional (Iphan), la situación de los indios guaraníes está siendo amenazada. El registro histórico y cultural del patrimonio incluye artesanías, esculturas en madera sobre la fauna de la región y cestas de bambú y raíces de *guaimbé* (una especie característica de las florestas) (Marcon, 2007). Estos ejemplos muestran la incorporación del turismo como condición favorable para el comercio y la exposición de los productos culturales de las comunidades locales que por iniciativa propia o con el apoyo de entidades han revelado la importancia de la actividad turística para consolidar sus negocios.

ANÁLISIS Y DEBATE

Según el Consejo Mundial del Artesanado el mismo se define como *“toda actividad productiva que resulte en objetos y elementos acabados, hechos manualmente o utilizando medios tradicionales, con habilidad, destreza, calidad y creatividad”* (SEBRAE, 2010: 12), considerándose de referencia cultural cuando buscan rescatar valores de la cultura del lugar y traducirlos en productos con identidad local.

Recientemente valorado como actividad cultural fundamental para avivar el comercio local de los destinos turísticos, el artesanado ha reconocido su espacio en ferias, exposiciones, calles, casas de artesanías y ciudades turísticas. Es destacable el expresivo involucramiento de mujeres y familias del espacio rural que a través de la pluriactividad agregan valor a la economía familiar. Así, el desarrollo local social, económico y ambiental también es alentado por el turismo, incluyendo las artesanías.

En este sentido la cultura está directamente ligada a la identidad a medida que identifica y reúne aspectos singulares de determinada sociedad. Aún siendo construida a través del tiempo por intermedio de las relaciones establecidas por los miembros de la región genera símbolos y significados propios de su comunidad (Mendes & Queluz, 2005).

Los estudios de Marcon (2007) consideran al Turismo Cultural como una gran posibilidad para reducir la pobreza y las desigualdades sociales, ya que el ingreso de divisas al municipio produce una valoración territorial como si fuera una especie de “trueque”, además de proteger y valorar el patrimonio como un todo. De esa forma, las diferentes habilidades y culturas hacen del artesanado un producto significativamente identitario que en función de las posibilidades de uso turístico ha sido valorizado aún más. En las comunidades que lo eligieron como fuente de ingresos se producen contribuciones sociales y económicas por la venta de artesanías que de una forma u otra inciden en el bienestar personal y familiar.

Por otro lado, aquellos que compran artesanías también son impactados por el sentimiento de bienestar, felicidad y emociones, sea al momento de la adquisición o al regalarlas a amigos, familiares y conocidos. El turismo como movimiento de negocios, personas y actividades plurales abarca los procesos de desarrollo e inserción cultural de aquellos que lo conciben (Beni, 2003) debiendo recibir el respaldo de los ámbitos municipales, estatales y federal a partir de políticas para el incentivo, apoyo y mantenimiento del patrimonio, además de facilitar las iniciativas del sector privado.

Actualmente, son cada vez más frecuentes, difundidas y diversas las experiencias de desarrollo basadas en la valoración de la identidad cultural, especialmente en Europa. Existe un creciente interés y reconocimiento por las estrategias de desarrollo rural asociadas a bienes y servicios con identidades. Como los servicios de turismo vinculados a la identidad étnica o ecológica (turismo rural); los productos orgánicos cuyo valor se basa en su vinculación con atributos como la salud y el respeto al medio ambiente (agricultura orgánica); los productos que sugieren la idea de una relación justa entre productores, intermediarios y consumidores (comercio justo); los bienes que se distinguen en el mercado por su origen en procesos que respetan los derechos del trabajador; los productos que simbolizan nuevas formas de relación entre el consumidor y los alimentos y las comunidades que los generan (Slow Food) (Fonte & Ranaboldo, 2008).

Los estudios de Marcon (2007) y Silva & Wizniewsky (2011) indican que la actividad del artesanado es una posibilidad para lograr mejoras socioeconómicas para las familias y los artesanos locales, pero aún necesitan de una visión más efectiva por parte de las asociaciones locales y de los gobiernos municipales. Así, para que se vislumbre en el turismo y en el sector artesanal un proceso endógeno de desarrollo hay que buscar ayuda y capacitación intentando hacer eficiente esta actividad en sus aspectos legales y de mercado (muchas veces descuidados por los actores sociales locales).

CONSIDERACIONES FINALES

Al observar las contribuciones del artesanado en las comunidades que lo eligieron como fuente de ingresos o en la elección de un nuevo oficio en Rio Grande do Sul, se abren caminos para valorar la cultura y la identidad. Momentáneamente, el turismo y la cultura se destacan y se unen para conformar el turismo cultural, que entre visitas a museos, predios históricos y monumentos, encuentra en las artesanías una oportunidad de celebrar la visita con la compra de un recuerdo simbólico del destino visitado.

El consumo turístico ha sido uno de los principales incentivos de la confección de artesanías en diversos lugares, principalmente cuando se une la valoración del patrimonio al consumo equilibrado y sustentable de los productos, en detrimento de la masificación y explotación de la cultura y las

personas que dependen de la actividad como se ve en la comunidad indígena guaraní en el Noroeste del Estado de Rio Grande do Sul.

Mientras tanto, legalizar el artesanado es una iniciativa reciente en Brasil que permite mejores condiciones de producción y capacitación de los artesanos en el mercado actual. Las articulaciones públicas y privadas han sido fundamentales para que realmente la actividad se destaque y consiga aprovechar las oportunidades del artesanado junto al turismo y la comunidad local.

En los últimos años, tanto en el ámbito internacional como nacional han aumentado el número de proyectos de desarrollo volcados a valorar las prácticas y manifestaciones culturales de los actores sociales y la salvaguarda de las especificidades en las identidades culturales de las comunidades rurales ha recibido respaldo público. Hasta entonces no se reconocían ni respetaban los modos de producción, consumo y comercialización heredados de los antepasados.

No obstante, la actividad turística (de carácter estacional) no debe ser la única capaz de dar condiciones de “venta” a los productos. Incentivar a la comunidad local y su entorno a consumir los productos artesanales también es una forma de valorizar el patrimonio y reconocer la importancia de su significado cultural. Bajo estas condiciones es preciso salvaguardar el patrimonio y a las personas que dependen de éste como fuente de ingresos y supervivencia.

Mejores condiciones de trabajo, talleres de capacitación técnica, visitas a los lugares de trabajo, iniciativas de formación en los oficios y la gestión de la actividad deben ser accesibles, pues sólo así el artesanado tendrá las condiciones para el desarrollo local que proponen los estudiosos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arantes, A. A.** (2004) “Cultura e territorialidade em políticas sociais”. In: Lages, V.; Braga, C. & Morelli, G. (Orgs) Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva. Sebrae, Brasília, pp. 85-124
- Barquero, A. V.** (2001) “Desenvolvimento endógeno em tempos de globalização”. Fundação de Economia e Estatística, Porto Alegre
- Barretto, M.** (2000) “Turismo e legado cultural: as possibilidades de planejamento”. Papirus, Campinas
- Beni, M. C.** (2003) “Análise estrutural do turismo”. Editora SENAC, São Paulo
- Berdegú, J. A.; Bebbington, A.; Escobal, J.; Favareto, A.; Fernández, M. I.; Ospina, P.; Ravnborg, H. M.; Aguirre, F.; Chiriboga, M.; Gómez, I.; Modrego, F.; Paulson, S.; Emírez, E.; Schejtman, A. & Trivelli, C.** (2012) “Territorios em movimento. Dinámicas territoriales rurales en América Latina”. Documento de Trabajo N° 110. Programa Dinámicas Territoriales Rurales. Rimisp – Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural, Santiago de Chile

- Bichos do Mar de Dentro** (2012) Disponível em: <http://www.bichosmardedentro.com.br> Acesso em 27/09/2012
- Brasil - Rio Grande do Sul** (2010) "Manual de orientação: artesanato gaúcho". Secretaria do Trabalho e do Desenvolvimento Social. Fundação Gaúcha do Trabalho e Ação Social (FGTAS), Porto Alegre
- Brasil** (2010a) "Lei nº13.516, de 13 de setembro de 2010, DOE nº175, de 14 de setembro de 2010". Assembléia Legislativa, Gabinete de consultoria legislativa, Porto Alegre
- Brasil** (2010b) "Lei nº13.518 de 13 de setembro de 2010. DOE nº175 de 14 de setembro de 2010". Assembleia Legislativa, Gabinete de consultoria legislativa, Porto Alegre
- Buchy, M.** (2006) "Development and local knowledge". *Development and Change* 37(3): 651-652
- Chiti, J. F.** (2003) "Artesanía, folklore y arte popular". Ediciones Condorhuasi, Buenos Aires
- Cooperativa dos artesãos do Rio Grande do Sul Ltda – COOPARIGS** (2012) "Mão Gaúcha". Disponível em: <http://www.cooparigs.com.br> Acesso em 27/09/2012
- Cuche, D.** (1999) "A noção de cultura nas Ciências Sociais". EDUSC, Bauru
- Escorel, A. L.** (2000) "O efeito multiplicador do design". Editora SENAC, São Paulo
- Fonte, M. & Ranaboldo, C.** (2008) "Desarrollo rural, territorios e identidades culturales. Perspectivas desde América latina y la Unión Europea." *Revista Opera* (7): 9-31
- Froehlich, J. M. & Alves, H. F. I.** (2007) "Novas identidades, novos territórios: Mobilizando os recursos culturais para o desenvolvimento territorial". *Revista Extensão Rural* (14): 65-90
- García Canclini, N.** (1982) "As culturas populares no capitalismo". Brasiliense, São Paulo
- Gerhardt, T. E. & Silveira, D. T.** (2009) "Método de pesquisa". Ed. da UFRGS, Porto Alegre
- Godard, O.; Ceron, J. P.; Vinaker, K. & Passaris, S.** (1987) "Desarrollo endógeno y diferenciación de espacios de desarrollo". *Estudios Territoriales* (24): 135-147
- Guerreiro, E. M. & Barreto, M.** (2007) "O turismo como agente de desenvolvimento social e a comunidade Guarani nas Ruínas Jesuíticas de São Miguel das Missões". In: Barreto, M. (Org) *Anuário de Pesquisa do Programa de Mestrado em Turismo 2006. Mestrado Acadêmico em Turismo*. EDUCS, Caxias do Sul, RS pp. 51-58
- Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI** (2014) "Conheça o INPI". Disponível em: http://www.inpi.gov.br/portal/artigo/conheca_o_inpi Acesso em 07/01/2014
- Marcon, E. M.** (2007) "O turismo como agente de desenvolvimento social e a comunidade Guarani nas Ruínas Jesuíticas de São Miguel das Missões". *Pasos* 5(3): 343-352 Disponível em: www.pasosonline.org Acesso em: 20/09/2012
- Mendes, M. D. & Queluz, G. L.** (2005) "Design e artesanato: reflexões sobre uma abordagem não reificadora nas pesquisas e interações com a comunidade". In: Queluz, M. L. P. (org.) *Design e Cultura*. Editora Sol, Curitiba pp.57-82
- Ministério do Turismo** (2008) "Turismo cultural: orientações básicas". Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação, Brasília

- Organização Internacional do Trabalho – OIT** (2011) “Convenção nº 169 sobre o direito dos povos indígenas e tribais e Resolução referente a ação da OIT/ Organização Internacional do Trabalho”. Brasília
- Perico, R.** (2009) “Identidade e território no Brasil”. Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura, Brasília
- Sacco dos Anjos, F.** (2003) “Agricultura familiar, pluriatividade e desenvolvimento rural no sul do Brasil”. EGUFPEL, Pelotas
- Sacco dos Anjos, F.** (2011) “Indicações geográficas, identidade e desenvolvimento: um diálogo entre a realidade europeia e brasileira”. In: Froehlich, J. M. (Org.) Desenvolvimento territorial: produção, identidade e consumo. Ed. Unijuí, Ijuí pp.53-83
- Silva, H. M.** (2006) “Por uma teorização das organizações de produção artesanal: habilidades produtivas nos caminhos singulares do Rio de Janeiro”. Tese (Doutorado em Administração). Fundação Getúlio Vargas. Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Rio de Janeiro
- Silva, M. C. & Wizniewsky, J. G.** (2011) “A produção do artesanato, como estratégia de reprodução na agricultura familiar na comunidade Vila Progresso no Município de Caçapava do Sul- RS”. Revista Extensão Rural XVIII(21): 17-35
- SEBRAE** (2010) “Catálogo Bichos Mar de Dentro.” Disponível em: www.sebrae-rs.com.br/.../169-peca-artesanal-do-grupo-bichos-do-mar-de-dentro Acesso em: 28/11/2013
- Triviños, A. N. S.** (1987) “Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação”. Atlas, São Paulo
- United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization – UNESCO** (2005) “Convenção sobre a proteção e promoção da diversidade das expressões culturais”. Disponível em: <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/cultural-diversity/diversity-of-cultural-expressions/> Acesso em 12/11/2013
- Vidaurre, R. M.** (2011) “Generación y gestión del conocimiento permitido y del conocimiento necessário. Alianzas para el empoderamiento econômico”. Disponível em: www.rimisp.org/ae Acesso em 29/11/2013
- Zamudio, T.** (2005) “Patrimônio indígena: derrotero hacia su regulacion legal en la Argentina”. In: Moreira, E.; Bela, C. A.; Barro, B. & Pinheiro, A. (Org.) Seminário Patrimônio Cultural e Propriedade Intelectual: proteção do conhecimento e das expressões culturais tradicionais. CESUPA / MPEG, Belém, pp. 79-103
- Wiskerke, J. S. C. & Ploeg, van der J. D.** (2004) “Seeds of transition: Essays on novelty production, niches and regimes in agriculture”. Royal van Gorcum, Assen

Recibido el 23 de septiembre de 2013

Reenviado el 07 de enero de 2014

Aceptado el 14 de enero de 2014

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués