



De lo cotidiano al imaginario,
El paisaje azul de Lozapenco

Estudio exploratorio del plato modelo Willow de la
fábrica de cerámica chilena Lozapenco

Proyecto de Investigación para optar al Título Profesional de Diseñadora Gráfica

Alumna

Cynthia Aguilera Fernández

Profesor Guía

Rodrigo Vera Manríquez

De lo cotidiano al imaginario,
El paisaje azul de Lozapenco

Estudio exploratorio del plato modelo Willow de la
fábrica de cerámica chilena Lozapenco

Cynthia Aguilera Fernandez

2015

Dedicatoria

A Roberto Benavente y a todos aquellos hombres y mujeres que desde el anonimato han llenado de colores e imágenes nuestros recuerdos.

Agradecimientos

A Ingrid Merlo y Marcelo Benavente por abrirme las puertas de su casa y compartir conmigo sus relatos.

A Sandra Pérez por acogerme y brindarme información cuando llamé a su puerta.

A Roberto Zuchel y Roberto Zuchel Soto por compartir conmigo su conocimiento y experiencia.

Al Museo de Artes Decorativas de Santiago y en especial a Patricia Roldan.

A Boris Márquez, director del Museo Galería de la Historia de Concepción.

A la comunidad de Penco y aquellos que generosamente guiaron mi viaje.

A mi profesor guía Rodrigo Vera, por compartir conmigo su experiencia.

A mi familia, amigos y compañeros, por ser cómplices y hacerse parte de esta búsqueda.

Y a todos aquellos que indirectamente han hecho posible esta investigación a través de sus recuerdos.

Resumen

La presente investigación de Diseño, es un estudio exploratorio cuyo objetivo es examinar y analizar el plato modelo Willow producido por la fábrica Lozapenco (otrora Fanaloza), para reconocer el valor que éste posee en la cultura material chilena. Plato, que estuvo a la venta entre las décadas del 60' y 90', y que se caracteriza por el paisaje en color azul de su decorado.

La investigación se enfoca en la condición de manufactura nacional del plato Willow de la fábrica Lozapenco, con énfasis en su contextualización histórica, su materialidad, iconografía y su presencia en el contexto actual. Apoyándose en documentos, entrevistas, en la observación analítica y en la aplicación del Método Iconográfico de Panofsky, para el estudio particular de su iconografía.

Como resultado del estudio se realizaron hallazgos que permiten posicionar al plato Willow de la fábrica Lozapenco como un elemento destacable en la cultura material chilena, representando la industria cerámica nacional de la época y sobresaliendo por el carácter único y auténtico de su decorado. Además, se reveló, que el objeto ha adquirido significación a través del tiempo, considerándolo, además de un objeto cotidiano y funcional, un objeto decorativo y evocativo, con una alta carga simbólica.

Índice

Introducción	12
Problema de investigación	16
Objeto de estudio	24
Preguntas y objetivos de la investigación	26
Metodología	28
Capítulo I Hecho en Chile	35
Inicios de la industria cerámica en Chile.....	36
Fanaloza y Lozapenco	40
Diseño en Fanaloza y Lozapenco	48
Decorado y logotipos	54
Capítulo II Willow de Lozapenco	61
El plato.....	62
Loza y el decorado bajo barniz	66
El color	64
El nombre	72
Capítulo III Un paisaje azul	81
La imagen	82
Método Iconográfico	84
Aplicación del Método Iconográfico.....	86
Capítulo IV Más allá de la mesa	109
Función y semántica del objeto.....	110
El plato Willow: Objeto decorativo.....	112
El plato Willow: El objeto en las artes	114
El plato Willow: El objeto en la publicidad	118
El plato Willow: El objeto en la red social	120
Conclusiones	127
Bibliografía	133

“El sentido desactiva el objeto, lo vuelve intransitivo, le asigna un lugar establecido en lo que se podría llamar un cuadro vivo del imaginario humano...”

Roland Barthes

Semántica del objeto. Conferencia de 1964

Introducción

El año 2010 Chile sufrió una de los reveses más grandes de los últimos años, un terremoto y posterior tsunami que afectaron fuertemente la zona central del país. La catástrofe traería pérdidas humanas, económicas y una serie de efectos colaterales.

Con la vuelta a la cotidianeidad y en el intento de dejar atrás los terribles acontecimientos, se daba paso a la reconstrucción y el orden. Innumerables objetos quebrados, estropeados y mojados fueron a dar a la basura. Su naturaleza frágil hizo de la loza uno de los objetos más afectados. No hubo casa en la que no se quebrara, por lo menos, una pieza de ésta. Antiguas, nuevas, el movimiento no discriminó.

Es difícil pensar que la mente de una persona en esas circunstancias catastróficas, estuviera enfocada en cuidar un par de tazas y platos viejos, no obstante, en los días siguientes, junto a la resiliencia surgió la necesidad eminente de resguardar esas últimas tazas y platos que durante años habían guardado algo más que polvo. Desde una perspectiva más romántica, el sismo les había robado a todos un poco de historia.

Si se piensa, la vajilla ha existido desde tiempos inmemorables, ha formado parte del desarrollo de la humanidad y con el tiempo se ha transformado en fuente fundamental para los estudios antropológicos. Se encuentran entre sus antecedentes, por ejemplo, el vaso Campaniforme profusamente decorado de la Edad de Bronce y las vasijas de la Antigua Grecia que narraban en sus diseños la vida y costumbres de sus habitantes, práctica que se transformaría en una expresión estética que se extendería a la Antigua Roma y a Oriente durante el Imperio Bizantino, donde sería acogida por el mundo islámico, llegando luego a los ceramistas chinos, quienes,

además, popularizarían el uso del azul cobalto en la cerámica durante la dinastía Ming (1368-1644 d.c), que reconocida por la pureza de su blanco y la belleza de sus decorados, es inmortalizada en las memorias de Marco Polo. La porcelana adquiriría rápidamente un alto costo en Europa, donde sería importada por las clases más altas. No es sino hasta 1709, cuando el alquimista alemán Friedrich-Böttger logra reproducir la fórmula de la porcelana, que ésta es producida en Europa. Nacen así fábricas como Meissen, Dupaquier en Viena, Vezzi en Venecia y una serie de otras fábricas a lo largo del territorio europeo. Desde ese momento, y luego del surgimiento de la impresión por transferencia, y la utilización de materias primas menos nobles, que la vajilla se transformaría en un objeto de uso cotidiano con alto valor estético y social, que se propagaría por el resto del mundo.

A Chile, llegan desde Europa las vajillas inglesas directamente a la clase aristocrática del siglo XIX. Mientras las clases más bajas siguen utilizando jarros y platos de aluminio, que más tarde serán enlozados en colores como blanco o azul, y decorados con calcomanías. Pasarían años para que se desarrollara en Chile la industria cerámica, llegando a marcar su presencia en las casas chilenas, recién a mediados del siglo XX.

Una de las principales y más icónica industria cerámica en Chile será Fanalozza, logrando mantenerse en el mercado desde 1927 hasta fines de la década del 90'. No es extraño entonces, que en los hogares chilenos existan o existieran, hasta antes del 2010, una que otra pieza o juegos completos, en cuyo dorso lucía impreso Fanalozza o Lozapenco. Esto llevó a cuestionar el valor de los objetos de manufactura nacional en nuestra cultura material.

Durante las primeras décadas de la industria, lo blanquecino de la materialidad, la delicadeza de las formas y el atractivo de los decorados, llegarían a contrastar el color aluminio y la rusticidad de los utensilios de los estratos más bajos, que con esfuerzo adquirirían la loza que ahora, al igual que para los más acomodados, tendría una función no sólo utilitaria, sino también estética. Esta doble función llevará a la familia chilena, especialmente a la dueña de casa, a conservar y resguardar la loza como un objeto bello. Objeto que pasará con el tiempo a los imaginarios personales, y por qué no decirlo, al imaginario colectivo.

Este estudio de tipo exploratorio pretende rescatar uno de esos objetos, el plato modelo Willow de la fábrica Lozapenco (otrora Fanaloza), no desde una perspectiva meramente patrimonial o histórica, sino desde una mirada objetual, en la que el objeto posee características, es parte de la vida social y va adquiriendo sentido.

La relevancia de las investigaciones en Diseño ha sido, desde sus inicios, controversial, ya que se cuestiona su rigor científico y se le acusa de abordar conocimientos ya existentes (Findeli, 2008). Es en respuesta a esto último que se plantea en esta oportunidad una investigación, que de manera exploratoria, estudie un objeto particular en todas sus dimensiones, buscando reconocerlo y posesionarlo como parte de la cultura material chilena, a través del examen y análisis de sus características desde la disciplina del Diseño, entendiendo, que el objeto de estudio se enmarca formalmente como un producto industrial, producido en Chile.

En la primera parte, del presente informe se expondrá tanto el problema de investigación, definiendo los conceptos desde los que se enfocará el estudio, como la definición del objeto de estudio, las

preguntas en torno a él, los objetivos anhelados y la metodología aplicada. En una segunda parte del informe, en el primer capítulo, se contextualizará históricamente al objeto adentrándose en los antecedentes de la industria cerámica en Chile y relatando la historia de la fábrica Lozapenco, que se inicia en los años 30' como Fanaloza y que continúa hasta los años 90'. Esto, a través de la exposición de entrevistas y documentos que muestran distintas perspectivas de la fábrica, enfocándose principalmente en su relación con la disciplina del Diseño.

En el segundo y tercer capítulo, el informe se centrará en la exposición y análisis de las características propias del objeto y la imagen, para lo que se iniciará con una breve definición de los conceptos. Dedicando el segundo capítulo al objeto y el tercero al estudio de la imagen a través del Método Iconográfico de Panosfky.

En el cuarto capítulo se contextualizará al objeto de estudio durante los últimos 10 años, años en los cuales el objeto no ha sido producido ni ha estado a la venta masivamente. Lo que se realizará a través de la exposición de las diferentes instancias y soportes en las que el objeto se ha manifestado culturalmente.

Finalmente se expondrán, en las conclusiones, las distintas perspectivas desde las que el objeto de estudio se puede concebir, y donde primará la reflexión y análisis en torno a la significación del objeto y las proyecciones que éste tiene como objeto de estudio.

Este estudio se presenta, a su vez, como una invitación a observar los fenómenos sociales y culturales desde la mirada del Diseño. La disciplina del Diseño otorga facultades únicas que enriquecen el estudio de la cultura material, y sin duda sus estudios pueden generar nuevos conocimientos.

Problema de Investigación y Marco Conceptual

Durante las últimas décadas los estudios sobre cultura material se han diversificado y expandido más allá de la antropología y la arqueología. La etnografía, la historiografía, la sociología, la filosofía y el diseño, han estudiado a la cultura material desde perspectivas ligadas a la esfera de la vida cotidiana, donde el énfasis no ha sido sólo obtener conocimiento del hombre a través del objeto, sino conocer la relación existente entre ambos. El objeto ya no es sólo un medio para el conocimiento sino que es conocimiento en si mismo.

Si bien, la diversificación de los estudio a ayudado a la proliferación del concepto de cultura material, aún no se ha logrado consenso en la definición de ésta, al decir de Pesez (2010), “no existe ninguna definición nominal que dé cuenta de manera breve y adecuada del significado de la expresión” (p.225). Sarmiento (2007), coincide con Pesez en la inexistencia de un consenso en la definición de cultura material, ya que luego de revisar definiciones de cultura material de diferentes autores, identificó falta de unidad en especialistas incluso de una misma disciplina y contradicciones en los distintos discursos. Por ejemplo, el arqueólogo Gasiorowki, plantea que la cultura material es un conjunto de grupos de actividades humanas que vienen a responder a una finalidad consciente con un carácter utilitario, a través de objetos materiales, entendiendo estos como objetos fabricados, y el también arqueólogo, Renato Peroni, se refiere a que los estudios de cultura material no se agotan en la historia de las técnicas, ya que detrás del universo de los objetos de la cultura material, se encuentra anhelados el universo de los hombres y sus relaciones sociales (Como se cita en Sarmiento, 2007).

Por otro lado, Braudel (2002), reconocido historiador, expone a la cultura material en términos de la vida material, considerándola

una parte de la vida activa del hombre, hombre de naturaleza tanto inventora como rutinaria. La vida material para Braudel, se presenta metafóricamente como la planta inferior de una construcción en cuya planta superior está lo económico. Expresa que, tal como él la entiende, la vida material es lo que la humanidad ha incorporado intrínsecamente a su propia vida a lo largo de su historia anterior, formando parte de sus propias entrañas, convirtiéndolas en necesidades cotidianas, en banalidades a las que nadie parece prestar atención.

Desde la disciplina del Diseño, Julier (2010), expone que la cultura material ha sido estudiada por historiadores y académicos del diseño, con el objetivo de dar explicación al significado de los objetos en la vida cotidiana de los ciudadanos. Ante esto, el académico, critica la tendencia de dichos estudios a centrarse en las formas domésticas y privadas del diseño y consumo, dejando de lado estudios en otros contextos, fuera de la esfera doméstica, que también representan una parte de la esfera del consumo. Julier, incluye a la cultura material como objetivo de los estudios de Diseño, pero no de manera aislada, sino como aspecto material de la vida cotidiana, en complemento con los aspectos inmateriales, englobándolos en el concepto de cultura del diseño. En sus palabras “la cultura del diseño como objeto de estudio incluye, por tanto, los aspectos materiales e inmateriales de la vida cotidiana” (p.23), estableciendo que ésta “se articula a través de imágenes, palabras, formas y espacios, pero por otra conjuga discursos, acciones, creencias, estructuras y relaciones” (p.23).

Por su parte, Juez (2002), en su “Contribuciones para una antropología del diseño”, concibe a la cultura material como una “idea influyente y restrictiva del lugar que ocupa el objeto en la

cultura” (p.38). Ya que el termino material suele ser asociado “al objeto en oposición a lo espiritual, lo mental, lo que tiene el alma y se entiende en correspondencia unívoca con el sujeto, con lo vivo y humano” (p.38).

El antropólogo chileno Ronald Cansino, expresa que el objeto es, quizá, el eje que permite comprender desde la perspectiva de distintas disciplinas el concepto de cultura material. Desde su perspectiva “la cultura material es objetos, colecciones, sistemas, fragmentos y clasificaciones de objeto” (Cansino, 2004, p.1). En este sentido el autor alude a la herencia de Marcel Mauss, conocido como uno de los padres de la etnografía francesa, en cuanto se refiere al estudio del objeto para el examen etnográfico de la cultura. Mauss, establece tres niveles de estudio, determinando que el objeto debe, primero, ser estudiado en sí mismo; segundo, en relación a los individuos que lo utilizan, y tercero, en relación a la totalidad del sistema observado (Como se cita en Cansino, 2004).

El objeto, por su parte, es según Moles (1975), un elemento esencial a nuestro entorno y que se configura como un mediador universal y exponente de la sociedad. Plantea que el objeto interviene visiblemente como prolongación del acto humano, entendiéndose esto como un utensilio que debe insertarse en una praxis; y como sistema de elementos sensibles, que se opone al ser y que es barrera y realidad. Moles, habla de un objeto inserto en el entorno íntimo, que pertenece al universo de la vida cotidiana. Por su parte, la Real Academia de la Lengua (2014), en una de sus acepciones, define objeto como sinónimo de cosa. Sin embargo, Moles (1975) nos señala que los “filósofos emplean el término objeto en el sentido de lo pensado, en oposición al ser pensante” (p.29). Moles enfatiza en la amplitud de la definición y plantea que a la luz de una fenomenología

de la vida cotidiana, el término debe ser más preciso, estableciendo una diferencia entre los conceptos de objeto y cosa. En tal sentido, atribuye al objeto la idea de producto específicamente humano, producido por la civilización industrial. Nos dice que el objeto, en nuestra civilización, es artificial, añadiendo que “no se dirá que una piedra, una rama o un árbol es un objeto, sino una cosa” (Moles, 1975, p.30). El objeto es, entonces, el producto del homo faber, de carácter pasivo y fabricado; una plancha, una pluma, una lámpara, son para Moles, objetos en el sentido más pleno de la palabra (Moles, 1975). Por su parte, Barthes (1993) expresa que “el objeto se define ahora principalmente como un elemento de consumo”, ya que se reproduce en millones de copias en el mundo, por ejemplo un teléfono, un reloj, un plato, un mueble, entre otros, sería lo que hoy se concibe como objeto, planteando que “el objeto no se escapa ya hacia lo infinitamente subjetivo, sino hacia lo infinitamente social” (p. 247).

El Diseño, en toda su esfera, ha estado históricamente asociado a la elaboración de objetos y por ende, a la producción industrial. Si bien, en términos temporales el Diseño es una disciplina joven, como actividad existe desde siempre, y Chile no ha estado ajeno.

En el libro *Historia Gráfica de la Propiedad Industrial en Chile*, Álvarez (2010), expone indirectamente la importancia histórica y social de la producción nacional en relación al Diseño, tanto en la invención de objetos, como en la creación de logotipos, publicidad, decorados, etc. Importancia que será refutada, a través del proyecto “Diseño Nacional, Álbum del Imaginario Gráfico de Chile”, a cargo del mismo Pedro Álvarez y Karen Angulo. El se proyecta como una plataforma virtual de difusión de la historia del diseño y la cultura material del país, a través de la exposición de fuentes

visuales que representando un vasto conjunto de bienes, objetos, eventos e instituciones surgidos entre los años 1840 a 1940, permite el encuentro de variables artísticas, económicas, sociales, políticas entre otras (Diseñonacional.cl, 2015). El aporte de este proyecto como catalogación digital es invaluable, y se constituye, sin duda, como fuente de investigación para la disciplina, y en particular para los estudios que aborden la historia del diseño en Chile, su cultura material e imaginario.

Otra importante fuente de estudio para la disciplina, en el marco de los estudio de cultura material, es el museo. La catalogación de objetos en museos actúa como escenario para la difusión de ésta a través de los objetos. Es así como el Museo de Artes Decorativas de Santiago, ha considerado relevante estudiar objetos cotidianos de producción nacional, bajo la premisa que el estudio de los objetos utilitarios, desde la perspectiva local y de manera interdisciplinar, permitirá graficar y comprender el desarrollo cultural, económico y social de Chile (Artdec.cl, 2016).

Dentro de los principales proyectos del Museo de Artes Decorativas de Santiago se encuentran la edición del catálogo “Cerámica Artística de Lota. Historia, testimonios, objetos: 1854-1951”, realizado en 1997. Destacó, también, la exposición “Doméstica: De la mesa al recuerdo”, del año 2014, en la que se mostraron al público piezas de Fábrica de Cerámica de Lota, Fanaloza (Lozapenco), Porcelana Thomas (Florencia), Cristal Yungay, Cristal Art, Cristalería Chile y Windsor Plaqué (Mademsa), las que buscaban reflejar la evolución del patrimonio industrial nacional y que se enmarcó en un especial de diseño realizado por el Centro Cultural La Moneda, junto con exposiciones como: El Nuevo diseño Italiano, proveniente de la Triennale Design Museum de Milán y Chilean Design Is Moving.

Siendo el proyecto más reciente, la edición del libro “Cristal Yungay. De objetos y oficios”, durante el primer semestre 2015, en el que se destaca la industria desde la perspectiva, social, histórica y estética. Estos proyectos dejan en evidencia la necesidad tanto de la institución como de la comunidad cultural, por rescatar y estudiar la industria nacional, relacionada a la manufactura de objetos domésticos, particularmente, debido a que su naturaleza funcional y proliferación económica, resultó en una notada presencia en la mesa y vida social de los chilenos durante la segunda mitad del siglo XX, formando parte de su entorno íntimo y siendo testigo silencioso de una época. Sin embargo, se debe considerar que, a pesar de su carácter perdurable, los embates del tiempo y la naturaleza, son una constante amenazan para su desaparición. Ejemplo de ellos es la pérdida de numerosas piezas que se destruyeron luego del terremoto del año 2010, no sólo en casas particulares, sino en museos y casas de antigüedades.

Las colecciones museográficas de estos objetos se instauran entonces, como fuentes que expresan la realidad industrial y de consumo nacional, a través de su contextualización por medio de los objetos. Ante esto cabe cuestionarse si *la exposición del objeto como elemento contextualizador, podría opacar el reconocimiento de otros aspectos o características posiblemente relevantes del objeto*. En este sentido, el objeto yace bajo el alero de una industria, por lo que, a nivel de investigación, se le asigna un rol secundario, desaprovechando quizás el conocimiento que el propio objeto puede otorgar, más allá del sentido adjudicado por el contexto de su creación.

Appadurai (1991), en su libro “La vida social de las cosas”, nos plantea que las mercancías representan formas sociales de conocimiento muy complejas, cuyo conocimiento puede ser de

dos tipos, el conocimiento que acompaña a la producción de la mercancía, pudiendo este ser técnico, social, estético u otro, y el conocimiento que acompaña el consumo apropiado de la mercancía. Afirmando que algunas de estas mercancías tienen una historia vital o una carrera en un sentido significativo, por lo que se vuelve útil considerar la distribución del conocimiento en las distintas etapas de su carrera. Así, estudiar en todas sus dimensiones a un objeto de uso cotidiano que ha sido producido en Chile, permitirá reconocerlo y posesionarlo en la cultura material, según la importancia que sus hallazgos revelen, ya que “la noción de cultura material no posee valor por sí misma: sólo lo tiene si se revela útil” (Pesez, 2010, p.226). En efecto, es posible que el estudio particular de un objeto revele mayor utilidad que el de otros y eso sólo se conocerá a través de la exploración del mismo.

El objeto, por su parte, al haber sido sometido durante su creación y producción a decisiones de Diseño, ejemplificará, a través de su realidad, el impacto que la disciplina, asociada a la producción industrial, tiene en la vida social y, consecuentemente, en la cultura material. Kopytoff, expone que “desde el punto de vista cultural la producción de mercancía es también un proceso cultural y cognoscitivo: las mercancías no solo deben producirse materialmente como cosa, sino también deben estar marcadas culturalmente como un tipo particular de cosas”, agregando que “en la gama total de cosas disponibles en una sociedad solo algunas de ellas se consideran apropiadas para ser clasificadas como mercancías” (Appadurai, 1991 p. 89).

Al respecto, Moles plantea que el objeto comporta un aspecto semántico (denotativo) y un aspecto connotativo. El aspecto denotativo está ligado “en gran medida a su función, a su utilidad

en relación con el repertorio de necesidades humanas” (p.49) y es libremente explicable por el receptor; en cambio, el aspecto connotativo, está construido sobre los armónicos del sentido y es variable.

A la vez, Barthes (1993), plantea que todos los objetos que forman parte de una sociedad tienen un sentido” (p.248), sentido que admite diferentes lecturas, dado el carácter polisémico del objeto. Advirtiendo que el objeto si bien tiene una función, no sólo sirve para comunicar informaciones, pues “siempre hay un sentido que desborda el uso del objeto” (p.247). Pero difiere de Moles respecto a que el aspecto semántico sea denotativo, ya que otorga a éste el carácter de connotativo (Vilchis, 2002).

Para Barthes, (1993) el sentido desactiva al objeto, volviéndolo intransitivo y asignándole un lugar establecido en lo que podría llamarse un cuadro vivo del imaginario humano, y según plantea Rojas Mix (2006) “el objeto se hace imagen cuando adquiere significación” (p.28), imagen que habita el imaginario, el que, desde una visión anclada en lo cotidiano, se entiende como un “mundo de imágenes que caracteriza la circunstancia actual y donde se forma la cultura popular del hombre contemporáneo...”(p.18).

El estudio del objeto cotidiano, de lo prosaico, implicará, entonces, posicionar al objeto de consumo, que es perdurable, manipulable y creado por el hombre, como fuente para estudiar la cultura material, desde una perspectiva más amplia en donde el estudio esté al servicio del objeto, lo observe y lo escuche, dando libertad a éste para manifestarse en sus distintos sentidos.

Objeto de estudio

En el marco del reconocimiento de la cultura material en Chile, y utilizando como fuente el catálogo digital SURDOC¹, se ha señalado el hallazgo, de un plato, cuyo registro en el Museo de Artes Decorativas de Santiago, ha sido enmarcado bajo las premisas de conservar, identificar y difundir aquellas piezas del diario vivir que han sido producidas en Chile (Artdec.cl, 2016).

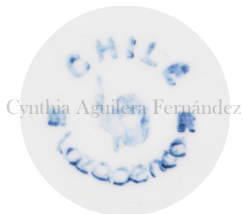
1. SURDOC, sistema de administración de las colecciones patrimoniales de los Museos DIBAM. Consta de un sitio disponible a público general, <http://surdoc.cl>.

La pieza fue adquirida en noviembre del año 2013, por la institución, para formar parte de su colección de cerámica de manufactura nacional desarrollada durante el siglo XX.

El plato, que se conoció comercialmente como modelo “Willow”, fue producido y comercializado, entre las décadas del 60’ y 90’, por la fábrica Lozapenco, marca que lleva inscrita en su reverso. Modelo que gozó de gran popularidad por su atractivo iconográfico de un paisaje en tono azul sobre blanco.

El objeto fue seleccionado por la investigadora, luego de la revisión digital de los objetos desarrollados por Fanaloza y Lozapenco, que se encontraban en el catálogo. Se determinó que el objeto de estudio debía pertenecer a ésta fábrica, considerando que aún no ha sido objeto de estudio por parte de la institución registradora, a pesar de ser la fábrica de cerámica chilena que tuvo mayor presencia en el mercado, tanto a nivel de producción, como en años de existencia, produciendo vajilla cerámica desde 1932 hasta 1997.

Si bien, el plato objeto de estudio forma parte de una vajilla, lo entenderemos, para efectos de este estudio, como objeto independiente y móvil, sin aislarlo de su sistema de objetos, pero poniendo atención en éste como un organismo unitario.



Cynthia Aguilera Fernández

Detalle de logotipo estampado en el reverso de plato llano modelo Willow producido y comercializado por la fábrica chilena Lozapenco (otrora Fanaloza), entre las décadas del 60' y 90'. Propiedad de la investigadora.

Arriba a la derecha. Anverso de plato llano modelo Willow producido y comercializado por la fábrica chilena Lozapenco (otrora Fanaloza), entre las décadas del 60' y 90'. Propiedad de la investigadora.



El Museo de Artes Decorativas de Santiago adquirió el objeto motivado por el contexto industrial en el que se creó, no obstante, luego de la recopilación de antecedentes preliminares, el objeto manifestó características que revelarían su reconocimiento por otras causas además de su origen, como por ejemplo la particularidad de su decorado, los más de 25 años durante los que se manufacturó y su fenómeno de ventas.

Preguntas y Objetivos de Investigación

Preguntas

Si se considera que el objeto de estudio tiene una historia vital o sentido significativo (Appadurai, 1991), resulta necesario recopilar antecedentes que abarquen todas las variables que configuran al objeto de estudio, respondiendo así preguntas como *¿Cuál es el contexto histórico y social que rodea al plato Willow de la Fábrica Lozapenco?*, *¿Por qué tantas personas lo tuvieron y usaron?*, *¿Qué rol cumplió el diseño en la creación del objeto?*, *¿Qué elementos técnicos, temáticos y estilísticos componen el plato Willow de la Fábrica Lozapenco?*, *¿Qué valor tiene el decorado del plato?* y *¿Cómo se manifiesta el plato Willow de la Fábrica Lozapenco en la actualidad?*.

Dar respuesta a estas interrogantes, proporcionará antecedentes que ayudaran a dilucidar la principal pregunta de investigación referida a conocer ***¿Cuál es el valor que el plato Willow de la fábrica Lozapenco, posee en la cultura material chilena?***.

Objetivos

Dentro de los objetivos específicos se encuentra primero el *identificar el contexto histórico y social que rodeó el diseño, producción y comercialización del Plato Willow de la Fábrica Lozapenco*, a través de la recopilación de antecedentes históricos de la fábrica, entrevistas a ex trabajadores y literatura pertinente. El segundo objetivo específico considera *estudiar los elementos técnicos, temáticos y estilísticos que componen el Plato Willow de la Fábrica Lozapenco*, por medio de la investigación de sus procesos productivos, la exposición analítica de sus características y el análisis iconográfico de su decorado. Como tercer objetivo específico se busca *conocer y exponer las manifestaciones culturales del Plato Willow de la Fábrica Lozapenco durante la última década*.

Objetivo principal

El objetivo principal de esta investigación exploratoria es *examinar y analizar el plato modelo Willow, diseñado en la década del 60' por la fábrica cerámica Lozapenco, para reconocer el valor que éste posee en la cultura material chilena*.

Metodología

La investigación en Diseño constituye en la actualidad uno de los principales temas de discusión en la comunidad académica. Desde los inicios de la disciplina se la ha querido vincular a la ciencia y la investigación, a través de su acercamiento al método científico (Herrera, 2010). No obstante, en la práctica, parece difícil llegar a una comunión entre la disciplina y la investigación científica, ya que el diseño, por su naturaleza creativa, pareciera no satisfacer sus necesidades metodológicas en la investigación tradicional.

Las metodologías de Diseño existentes, han buscado, en su mayoría, la sistematización de la práctica, abordando como tema central la concepción de los objetos, o la generación de un lenguaje visual objetivo apoyado fuertemente en la psicología (Herrera, 2010). Esto ha permitido acreditar los fundamentos racionales del Diseño (Vilchis, 2002) y lo ha posesionado como disciplina académica, sin embargo, no ha logrado consolidar al Diseño como rama de conocimiento, ya que como esboza Herrera (2010) “somos conscientes de que el diseño es, en sí mismo una actividad compleja y, por lo tanto, la investigación en esta área del conocimiento resulta igualmente compleja”. En relación a esto Guy Julier, en su libro “La cultura del diseño”, declara fundamental el cruce de disciplinas para abordar los estudios de Diseño.

La presente investigación de Diseño acoge el concepto de *research into design* (investigación sobre el diseño), propuesto por Christopher Frayling en 1993, como parte de su clasificación de la investigación en el Diseño. Frayling nos dice que *research into design* es, de sus clasificaciones, la más común en el contexto académico y científico (Frayling, 1993), y enumera en esta categoría los estudios sobre Historia, Estética, Percepción y una serie de otras perspectivas teóricas sobre arte y diseño (sociales, culturales, éticas, iconográficas,

etc.). Cabe señalar que la clasificación propuesta por Frayling no es excluyente a la metodología tradicional, sino un concepto abierto que puede variar en función de los investigadores (Iriarte & Justel, 2013).

Considerando lo anterior y complementando el modelo *research into design* con la metodología científica tradicional, se define la presente investigación como cualitativa y de tipo exploratorio. Siendo el principal objetivo de este tipo de estudios familiarizarse con un tema desconocido, novedoso o que ha sido escasamente estudiado (Ander-Egg, 1995), siendo este el caso del plato Willow de la fábrica Lozapenco, objeto del que no existen estudios anteriores.

Considerando la naturaleza cualitativa y exploratoria del estudio, la metodología utilizada es más flexible y no estructurada. No obstante, es posible identificar dos tipos de acciones realizadas durante el proceso de investigación, estas son el estudio de la documentación y el contacto directo.

El estudio de la documentación, para los efectos de la investigación, se refiere a la revisión de toda aquella información que exista como testimonio material sobre el objeto de estudio, registrado en cualquier tipo de soporte (papel, digital, etc) y unidad de información (públicas, privadas, anónimas, etc). Son entonces documentos, tanto los escritos como las imágenes, audios e incluso objetos. Rojas Mix (2006) dice que “la imagen condensa realidades sociales, lo que la convierte en un documento precioso para los estudios de época” (p.23) agregando que “capta aspectos del hecho histórico que un documento escrito no revela” (p.23).

Por otra parte, se entiende como contacto directo, en este contexto, a la recopilación de información a través de herramientas como

trabajo de campo, entrevistas libres no dirigidas y observación no participante.

Cabe decir que cada uno de los antecedentes expuestos en este estudio, extraídos de fuentes orales, fueron confirmados por dos o más personas. Aquellos que no fueron confirmados por una segunda fuente, se expondrán haciendo alusión a esa particularidad.

Dentro de los documentos estudiados destaca la utilización del propio objeto de estudio como documento, por cuanto, es vivo registro de su historia y contenedor de elementos que requieren estudio individual. Se estudiaron a su vez, documentos de prensa escrita y de audio, catálogos, fotografías, imágenes digitales de otros objetos de similar naturaleza, calcomanías cerámicas, libros y prensa digital, portales web especializados en porcelana y transferencia, etc.

Al tratarse el estudio sobre un objeto de consumo, se hace necesaria la revisión de fuentes de información poco convencionales, dado que no hay bibliografía referida específicamente al objeto. Es así como Internet fue fundamental para la recopilación de antecedentes, documentos y testimonios. En relación a esto último es importante señalar que si bien la utilización de Internet no es reconocida

comúnmente como fuente para el estudio científico, sí existen autores que la validan, sobretodo en estudios de antropología social y de marketing, que utilizan técnicas etnográficas. Es así como en el año 2000 Christine Hine presenta su libro *Etnografía Virtual* y Robert Kozinets en el año 2010 introduce su libro *Netnografía*. Este último define el neologismo *Netnografía* como “una investigación participante y de observación basada en el trabajo de campo online” (Kozinets, 2010). Kozinets, propone una metodología a la etnografía virtual propuesta por Hine (Reynoso, 2014) y adapta técnicas etnográficas para su utilización en la web. Durante los últimos años el florecimiento, desarrollo y relevancia que han tomado las redes sociales como Facebook y Twitter, en la vida diaria de millones de usuarios, ha llevado a los estudiosos a considerar que estas nuevas formas de interactuar son parte de la realidad social y cultural de las personas (De Colza, González & Servin, 2013). En este sentido, el uso de la red como fuente de información podría llegar a representar un fenómeno cultural (Kozinets, 2010).

Recogida de datos

Como primer objetivo en el proceso de investigación se propuso obtener los antecedentes generales del objeto de estudio, ya que el único antecedente conocido respondía a la empresa de su fabricación, Lozapenco. Desconociendo por completo la denominación comercial del producto, la autoría de su decoración y su técnica de producción. Se buscó información en fuentes públicas como bibliotecas y museos, sin obtener mayores resultados. Por consiguiente se entrevistó a un ex proveedor del producto y luego se visitó la comuna de Penco, en la Octava Región.

Es importante señalar que la primera visita a la comuna se realizó sin tener citas previas para entrevistas o direcciones a donde asistir. La recogida de datos, por tanto, se fue desarrollando de manera espontánea y a medida que se obtenían antecedentes sobre agentes de información .

Paralelo a lo referido en el párrafo anterior, se siguió buscando y recopilando datos de lugares, imágenes, publicaciones, etc. en donde se manifestara el objeto de estudio.

Luego de la recogida de datos e información, estos fueron seleccionados y organizados en tres áreas, para luego proceder a documentar cada una de ellas y realizar el cruce de información necesario. Primero se reunieron los antecedentes históricos del plato y la fábrica. La segunda área correspondió a todo aquello que se relacionara con el objeto, es decir la composición del plato, su imagen, materialidad, técnica de impresión, etc. Por último se seleccionaron los antecedentes que dieran cuenta de la presencia del plato en el contexto actual.

2. Agustín Díaz, dueño de Ferretería Baquedano, ex distribuidor de loza y Roberto Zuchel, arista plástico de la ciudad de Penco y ex empleado de la sección decorado de la fábrica Lozapenco.

3. La lista de vajillería de Lozapenco de 1983, fue encontrada en la Colección General de la Biblioteca Nacional de Chile. No obstante, en ella aparecían únicamente nombres de diseños, sin adjuntar fotografía o imagen del modelo.

Hallazgos de la investigación

El primer hallazgo tuvo relación con la denominación del producto, luego que se lograra identificar el modelo de diseño del plato como Willow, información que fue confirmada por dos agentes de información² y verificadas a través de una lista de precios vajillería de 1983³. Por su parte, el nombre Willow se relaciona directamente a un pattern aplicado y reconocido histórica y mundialmente en la decoración de piezas cerámicas, denominado Willow Pattern o Blue Willow. Sin embargo, el plato en estudio, a primera vista, no respondía estéticamente a su denominación, pues solo tenía de éste, el uso del color, generando esta discordancia un nuevo paradigma.

El segundo hallazgo fue producto de la búsqueda exhaustiva del plato en el entorno real y virtual. Luego de la cual, se percibió una tendencia en la utilización del plato, ya no sólo como objeto funcional, sino como decoración en cafés, utilería en piezas audiovisuales, inspiración en obras de arte, imagen en disco musical, etc. Junto con esto se observó el reconocimiento de un gran número de personas en las redes sociales, luego de su aparición en tres publicaciones en la red social Facebook, espontáneas y ajenas a la investigación.

Capítulo I

Hecho en Chile

Inicios de la industria cerámica en Chile

La industria de la cerámica en Chile y, particularmente en Penco, tiene sus primeros antecedentes a finales del siglo XIX, pero no es hasta después del 1930 que empieza tomar importancia económica y social dentro del contexto nacional.

Terminada la Primera Guerra Mundial, que había significado una fuerte recesión económica en Chile (por la caída de los ingresos salitreros), las autoridades repararon en la gran dependencia económica del país a las fluctuaciones internacionales y cómo aquello era la principal causa del desabastecimiento. Esto, provocó la necesidad de reimpulsar la manufactura nacional y fue así que desde el año 1920, se desencadenó la transición de una economía predominantemente exportadora a una basada en la sustitución de importaciones. Durante esos años los gobiernos se dieron a la tarea de instaurar políticas que fomentarán el rol proteccionista del Estado con el objetivo de seguir un modelo económico del desarrollo hacia adentro¹, posición que se reafirmó con la gran depresión de 1929 y el derrumbe de las exportaciones de salitre y cobre. En 1928 el gobierno de Carlos Ibáñez del Campo declararía la imposición del arancel aduanero, condicionando así el ingreso de productos importados y crearía la Caja de Crédito Industrial. En 1939, bajo el gobierno de Pedro Aguirre Cerda, se crearía la Corporación de Fomento de la Producción (Corfo) que actuaría como organismo del Estado para impulsar la actividad productiva del país. Se continuaba así con las políticas proteccionistas desarrolladas a finales del siglo XIX (terminada la Guerra del Pacífico), y que habían tenido como principal emblema la fundación en 1883 de La Sociedad de Fomento Fabril (Sofofa). La gran depresión de 1929 había afectado enormemente la economía nacional y había dejado en evidencia la gran deuda externa del país, sin embargo los

1. El modelo económico denominado *desarrollo hacia adentro* fue una política económica aplicada en países de América Latina, luego de la caída del comercio internacional a raíz de la primera Guerra Mundial y la crisis del año 1929. Consistió en cambiar las economías de la región, que estaban basadas en la exportación de materias primas, por economías con una sólida base industrial, a través de la sustitución de importaciones, lo que llevó a un proceso de industrialización acelerada en Chile entre 1930 y 1950.



Arriba. Registro de Marca Compre Productos Chilenos del año 1932. Autor, Georges Sauré. Archivo: Biblioteca Nacional de Chile.

2. La palabra verbalmente correcta es *caolín*, ya que kaolin es el vocablo francés y se refiere a un tipo de arcilla blanca muy pura usada principalmente en la fabricación de cerámica.

años siguientes estarían marcados por el prospero desarrollo de la manufactura y la innovación tecnológica.

En 1920 en un informe de la Sociedad de Fomento Fabril a cargo de Pedro González, ya se declaraba públicamente la existencia en Chile de materias primas abundantes y de calidad para desarrollar la industria cerámica y vidriera, así como también, la necesidad de explotar el mercado de la loza blanca, ya que al momento solo se reconocía la existencia de pequeñas industrias productoras de loza vidriada , loza pintada y artefactos de terracota. “Desde hace muchos años viene trabajándose por implantar en el país la industria de loza blanca: cuenta esta industria con abundantes yacimientos de kaolín² y demás materias primas y con regular mercado para colocar sus productos” (González, 1920, p.11). El autor expone a su vez la falta de “hombres técnicos y capitales para instalar una empresa de este género” (p.11). Vargas (1976) nos dice que ya en 1878 se habían propuesto medidas proteccionistas que alentarán un sistema de primas para un conjunto de industrias que no habían logrado prosperar, entre ellas la de la loza blanca común, dichas medidas “no encontraron acogida en el gobierno ni tampoco en los circuitos del congreso, pese a ser un recurso que se había aplicado al estímulo de otros sectores económicos desde tiempo atrás”(p.34).

González, enumera dos de las pequeñas industrias productoras de loza vidriada, la Fábrica de Loza de Penco de los Sres. Garces Hnos. y la pequeña fábrica de loza de los señores Poupin, Lafrentz y Cia. ubicada en Providencia, Santiago. Sobre la primera expone lo interesante de su muestrario de materias primas y productos dados a conocer en la Exposición Industrial de 1916, y sobre la segunda, plantea el anhelo de ésta de convertirse luego en una Sociedad Anónima con capital suficiente. Si bien, sólo estas dos son



Arriba. Publicidad de fábrica de loza "La frontera", expuesta en Album gráfico e histórico de la Sociedad de Fomento Fabril y de la Industria Nacional, 1926.

señaladas por González, en un documento posterior realizado por González y Soto (1926) son nombradas otras pequeñas industrias productoras de loza blanca y vidriada como la Fábrica de Loza "La Frontera", de Miguel Vilaboa y la recién instalada fábrica de loza de don Luis Cavalli y don Rafael Pascual Pratt, dedicada a "fabricar loza, mayólica, azulejos y cerámica en general" (p.253).

La demanda de la loza blanca tenía como principal razón su utilización en artículos sanitarios, maceteros y baldosas, pues su utilización en vajillería, en un primer momento, se reducía a algunas piezas como tazas, azucareros, etc. Una de las características más favorables de la loza blanca o vidriada era la facilidad de su limpieza, considerando su textura lisa y poco porosa. En un informe de 1899 sobre la necesidad de implementación de la industria de loza en Chile, se sostiene que la loza blanca producto de su impermeabilidad, duración y facilidad para mantenerse limpia, así como por su color y brillo, posee ventajas que la hacen insuperable en ciertos utensilios. El informe cuenta, además, sobre la diversidad de su utilización y cómo en Chile no se emplea, a pesar de sus ventajas, por su alto costo, exponiendo que probablemente si se produjera en el país, su precio podría competir con la loza importada (Como se cita en Márquez, 2014, p.26). Es importante señalar que estas ventajas ya se habían hecho notar en los artículos de fierro enlozado y esmaltado que venían produciéndose desde fines de siglo XIX, producción que se fortaleció durante los primeros años del siglo XX. González (1920) da cuenta de la existencia, en ese tiempo, de al menos seis establecimientos que se dedican a la producción de artefactos para la ornamentación metálica, resaltando a la Fábrica Nacional de Envases y Enlozados, con fábricas en Santiago y en Valparaíso, como una de las más



Arriba. Portada de catálogo de promocional de Cerámica artística de Lota de 1948. Archivo: Biblioteca Nacional.

importantes del rubro. Acerca de ésta González y Soto (1928) exponen “en este ramo, la Sociedad no tiene competencia, y puede servir al productor más exigente, ofreciéndole su gran variedad de envases de lata, con o sin impresiones de colores para envasar té, aceite, grasa, manteca, miel, confites, galletas...” (p.271).

Los artefactos de metal y fierro esmaltado significaron el primer acercamiento de las familias menos privilegiadas del país a utensilios más higiénicos y con una mayor carga estética. Martínez (1896) nos cuenta como el francés G. Barbarie, llega a Chile con la idea de crear una industria de fierro esmaltado, y se refiere el autor a la importancia de la industria para el comercio, el ornato de la ciudad y “a la vida domestica de las casas humildes que no pueden gastar su dinero en útiles de loza” (p.44).

Posterior al año 1930 la industria de loza en Chile se amplía y su producción se masifica. A la fabricación de loza doméstica, menaje y utensilios para el servicio de la mesa, se une, a la ya nombrada Fábrica de Loza Penco, la fábrica Cerámica de Lota, industria que ligada estrechamente a la Fábrica de Ladrillos Refractarios existente desde 1854, a partir de 1928 fabrica masivamente mensaje y vajillería, caracterizándose por la producción de figuras decorativas (Museo de Artes Decorativas, 1997). Entre 1930 y 1940 ambas fábricas van adquiriendo importancia en el contexto económico y social del país.

Durante los próximos años la Fábrica Nacional de Loza de Penco liderará el rubro, y aparecerán otras fábricas que obtendrán fama como lo son Cerámica de los Andes – Cala, caracterizada por la fabricación artesanal de piezas de decoración y la fábrica de vajilla de porcelana Thomas³, que en los 80’ se hará llamar Florencia.

3. La fábrica Thomas se crea en la década de los 60’ en Chile, como filial de la fábrica Alemana Rosenthal.

Fanaloza y Lozapenco

Penco, ciudad puerto ubicada a 500 km. al sur de Santiago, formó parte de la denominada Bahía de Concepción, y junto con Talcahuano, Lirquén, Tomé y otros, contaba con una avanzada infraestructura que “potenció la conexión con el comercio nacional y exterior a partir de las riquezas de sus suelos” (Márquez, 2014, p.22). Característica que mantuvo a la ciudad dentro del mapa de explotación industrial durante el siglo XX. Penco, tuvo durante el periodo dos grandes fábricas, la Refinería de Azúcar y la Fábrica Nacional de Loza de Penco, ambas fueron la principal fuente laboral durante décadas y entorno a sus actividades se desarrolló la vida social de la ciudad, tanto así que gran parte de sus habitantes, y los de los alrededores, se definían a sí mismos como Refineros o Loceros, denominaciones que pasarían a ser parte de la cultura popular y generarían más de alguna rivalidad (Figueroa, 2012).

La ciudad contaba con yacimientos de cuarzo, arcillas y caolín. Este último conocido como la arcilla blanca en su estado más puro, llegaría a ser la principal materia prima para la producción de loza blanca. Es por ello que, como se dijo, ya a fines del siglo XIX se evidenciaba la existencia de una fábrica de loza en la ciudad de Penco. En 1920 existen registros de la fábrica con el nombre de Fábrica de Loza de Penco a cargo de los Srs. Garces y Hnos, quienes habían adquirido la infraestructura en 1915 y, a pesar de haberla refaccionado, no habían tenido el éxito anhelado. Si bien, no existe evidencia física o fotográfica de los productos manufacturados en este periodo, si existe evidencia escrita y testimonios.

En 1927, la fábrica es adquirida por la razón social Díaz Hermanos⁴, padre e hijos comerciantes que, entre otras cosas, se dedicaban a la importación de artículos sanitarios. En julio de 1930, Díaz y Hermanos. constituyen la sociedad industrial Fábrica Nacional de

4. Díaz y Hermanos Ltd. Empresa constituida por Juan Díaz Hernández y sus ocho hijos varones con Juana Boneu.



Arriba. Detalle de publicidad, de Fábrica Nacional de Loza de Penco, inserto en el Boletín del Comercio Minorista, núm. 34, noviembre 1938.

Loza de Penco, que en abril de 1932 es inscrita como Fanaloza S.A., nombre que utilizaría hasta 1982, año en el que pasaría a llamarse Lozapenco, volviendo al nombre Fanaloza en la década del 90', nombre que conserva hasta hoy, ahora, asociada a un consorcio internacional.

5. Son enumerados como artículos de uso doméstico; platos tazas, servicios de té, vajillería, lavatorios, jarros, mates, servicios clínicos y de laboratorios, etc.

Hasta el momento de su adquisición por parte de Díaz Hermanos. la producción de loza en Penco se había restringido, según los registros, a la loza utilitaria doméstica (Márquez, 2014), pero los nuevos dueños tenían en mente continuar en mayor escala la manufactura y venta de materiales y artículos de loza, los que clasificaban como de uso doméstico⁵, de uso industrial⁶ y artículos sanitarios⁷, esto según consta en el prospecto de Sociedad Anónima de Fábrica Nacional de Loza de Penco (1930).

6. Son enumerados como artículos de uso industrial; materiales eléctricos, aisladores, interruptores, tapones, placas, seguros, tableros, piedras, esmeriles para diversos usos, como elaboración de metales, mármoles, vidrios, etc.

Desde 1930 la empresa inicia un fuerte esfuerzo publicitario que alcanzará medios audiovisuales, impresos y exposiciones. Se contratará a Andes Film para realizar la cinta "Fábrica de Loza de Penco", con el fin de dar a conocer, en todo su esplendor, la empresa y la ciudad. En 1931 se iniciará la construcción de un policlínico para los trabajadores. En 1933 se inaugurará el Gran Teatro Fanaloza, y el mismo año, a través de los diarios locales, se solicitará señoritas para trabajar en la Sección de Decoración.

7. Son enumerados como artículos sanitarios; baldosas blancas y coloradas, platos murales, jardineras, jarrones, pasamanerías, etc.

El crecimiento durante los próximos años es formidable, con más de 1000 trabajadores, hombres y mujeres, la demanda supera las posibilidades de producción y, a pesar de haber sufrido grandes pérdidas por el terremoto de 1939, la fábrica llega al año 1940 liderando el mercado nacional y habiendo instaurado lo que sería por años la gran familia locera. El movimiento telúrico trajo consigo nuevos desafíos para retomar los niveles de producción. Es así



Arriba. Pintura en oleo de Fanaloza de Penco, realizada por el artista Santiago Prudenti en 1945.

como en 1941 es adquirida la fábrica de cerámicas “El Carrascal”, ubicado en Santiago, adquisición que ayudaría a externalizar la producción en 1943, logrando así cubrir la demanda sudamericana.

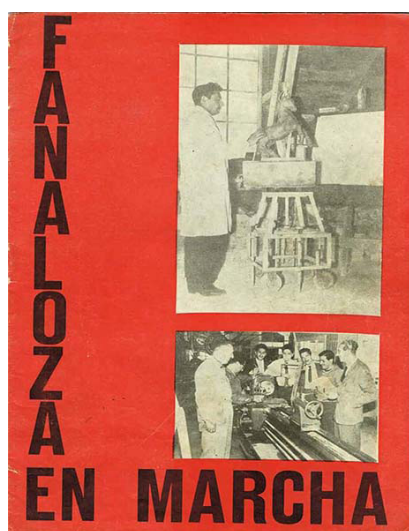
Márquez (2014) declara que Fanaloza llega a la mitad del siglo XX gozando de gran éxito y reconocimiento nacional e internacional, tanto por la calidad de sus productos como por una administración que dejaría en evidencia ideas vanguardistas y compromiso por la responsabilidad social. Esto queda impreso en la historia a través de un reportaje de el diario El Sur del 5 de octubre de 1950 el que, como dice Márquez, “condensa en su título la estabilidad de la empresa” (p.64). Título que dice: “Fanaloza, una industria totalmente chilena, que es orgullo legítimo para esta zona y para el país. Toda la nación usa loza fabricada en Penco con materia prima nacional y por personal chileno” (Como se cita en Márquez, 2014,p.64).

8. Para leer artículo completo: Diario El Sur del 5 de octubre de 1950. Disponible en Biblioteca Municipal de Concepción.

La buena ventura de mediados de siglo se vería conflictuada en los años siguientes por la creciente inflación con la que el país venía lidiando desde fines del siglo XIX, pero que durante la década de los 50’ se tornaría insostenible. De Ramón (Agosto 1988) expresa que el modelo proteccionista había ido perdiendo dinamismo y por



A la derecha. Fotografía del stand de Fanaloza durante la Primera Exposición y Feria Regional del Sur realizada en Llacolén, San Pedro, provincia de Concepción, en 1962. Extraída de Revista Fanaloza en Marcha N° 3, diciembre de 1963.



Portada de Revista Fanaloza en Marcha. N° 1 de diciembre de 1961.

ende la inflación se hacía cada vez mayor, llegando el año 1959 a una tasa del 80%. Esta realidad no queda ajena a Fanaloza, la que se ve obligada a tomar medidas que según se señala en la revista Fanaloza en Marcha (Diciembre 1961) significarían economizar violentamente en aquellos factores que estuvieran bajo su control. El primer objetivo de la fábrica fue reducir los costos de producción (jornales, combustible, material primas y energía eléctrica), para así paliar las alzas por la inflación. El segundo objetivo tenía que ver con defender su rol en el mercado nacional, evitando así la importación de artículos similares de países como Argentina y Brasil.

Las nuevas medidas lograrán aminorar los efectos de la economía nacional y la década del 60' traerá nuevos desafíos a la fábrica. Se producirán por primera vez la porcelana Bone China, se incursionará en los artículos decorativos con las líneas Sussex Bone China y Walter Stark, se editará la revista llamada "Fanaloza en Marcha" y se obtendrán dos premios; el Gran Premio Exposición del Sur en 1962, durante la Primera Exposición y Feria Regional del Sur realizada en Llacolén; y el Gran Premio y Medalla de Oro de Industrias Nacionales en la 93ª Exposición Internacional realizada en Santiago en 1963.



Arriba. Recortes fotográficos de sección "Visitas Ilustres" de la Revista Fanaloza en Marcha, N° 6, noviembre de 1964. A la derecha, Eduardo Frei Montalva. A la izquierda, Salvador Allende.

9. Eduardo Frei Montalva fue abogado, periodista y político demócrata cristiano chileno. Presidente de Chile durante el período comprendido entre 1964 y 1970.

10. Salvador Allende Gossens, médico cirujano y político socialista, Presidente de Chile entre el 3 de noviembre de 1970 y el día de su muerte, 11 de septiembre de 1973.

11. Se denominó Área Social, a una de las tres áreas en las que el gobierno de Salvador Allende propuso dividir la economía. En ésta, las empresas de interés clave para el país pasaban a ser del Estado.

En 1964 la revista Fanaloza en Marcha publicará entre sus páginas como visitas ilustres a los candidatos presidenciales Eduardo Frei Montalva⁹ y Salvador Allende¹⁰. Los años siguientes estarán marcados por la búsqueda de innovación tecnológica, el trabajo y los campeonatos de fútbol y de básquetbol femenino. Paralelamente, en el contexto nacional, subirán las tasas de inflación y empezará a tejerse una crisis política de la mano de las nuevas medidas del gobierno de Frei Montalva, el nacimiento de movimientos políticos de extrema izquierda, y el desasosiego del sector conservador. Para fines de los años 70' Fanaloza lideraría el mercado nacional con una producción de aproximadamente 1.500.000 piezas de vajilla mensuales, esto según se afirma en Donoso (2014, mayo 24). El futuro próximo, por el contrario, le traería a la fábrica una caída drástica en los niveles de venta y producción.

La realidad política de país no pasaría inadvertida y, según Mujica (2011), en septiembre de 1972 Fanaloza sería traspasada al Área Social¹¹ del Estado de Chile, una fuente distinta indicaría que el traspaso fue en 1971 con un control del 70% de la S.A. ("Sandra Pérez", 2015). Durante los próximos años la Fábrica Nacional de Loza de Penco sería controlada por CORFO, entidad a través de la cual el gobierno de la Unidad Popular desarrollaría su política de estatización, y que, paradójicamente, luego del golpe de Estado de 1973, efectuaría la labor contraria al iniciar una política de privatización de las empresas intervenidas.

Tras el Golpe de Estado la fábrica Fanaloza Carrascal es ocupada transitoriamente por el ejército. Para don Fernando Pulgar, ex profesional de la fábrica en Penco, el golpe de Estado de 1973, traería a la fábrica cesantía, persecución y cárcel, además de cambios de dueños. Pulgar, plantea que las políticas de libre importación

Abajo. Operaria de Fanaloza Penco, pegando calcomanía a plato llano en 1979. Archivo fotográfico en Zablach (1979).



12. En el informe “Corporación de Fomento de la Producción: 50 años de realizaciones: 1939-1989”, realizado por el departamento de Historia de la Universidad de Santiago de Chile. Se alude a un préstamo otorgado por CORFO a la fábrica Fanaloza, para resolver problemas de ampliación en 1943

terminarían de arruinar la fábrica al llegar la loza barata de China (Como se cita en Palma, 2013).

Los “cambios de dueños” de Fanaloza fueron una realidad que partió con la privatización de la fábrica en 1975. CORFO, registra su venta a privados en marzo de aquel año. Información que se encuentra altamente cuestionada pues desde 1976 existen datos de que el general Javier Palacios y el coronel Sergio Arredondo integraron el directorio de Fanaloza como representantes de CORFO (Jiles, 1986, Abril), como ya lo había hecho en 1974 el general Sergio Arellano Stark, que, en 1977, pasaría a figurar como co-propietario de la fábrica. Sobre los años posteriores no se encontró información sobre el funcionamiento de la fábrica, sin embargo, se entiende que la nueva realidad económica del país, basada en la aplicación de políticas neoliberales, significaría un estancamiento y posterior caída de empresas como Fanaloza, que habían liderado el mercado, en gran parte, gracias a las políticas proteccionistas¹².

El aumento en las importaciones durante 1977 a 1980, generaría en la sociedad chilena un boom de consumo ante la variada nueva oferta de productos, incluyendo importaciones de loza, principalmente proveniente de China, a un costo menor al que podía ofrecer la industria nacional. Al respecto, un ex capataz de la fábrica en Penco, don Alfonso Acuña, cuenta en entrevista personal como él mismo experimentó el efecto de las importaciones chinas en la manufactura local:

“esta fábrica cerró por ellos...por ejemplo iba a comprar un juego de loza acá en la empresa para un sobrino que se casaba, fui a la empresa y me costaba en ese tiempo \$15.000, ya estaba Falabella instalada, fuimos a Falabella y nos costaba \$4.800 medio juego...pero la diferencia estaba en la calidad que llevaba” (Comunicación personal, 26 de junio de 2015).

En 1981 la declaración de quiebra de la Fábrica Nacional de Loza de Penco sería inevitable. Ya no sólo la competencia con las importaciones sería el problema, sino también la naciente crisis que empezaba a surgir por la devaluación del dólar y que llevaría



Arriba. Operario de Fanaloza Penco, verificando calidad de productos en 1979. Archivo fotográfico en Zablah (1979).

a la suspensión de créditos bancarios y a la elevación de las tasas de interés. La economía se encontraba resentida y terminaría por explotar la segunda crisis económica más importante del país (la primera había sido en 1929 como consecuencia de la Gran Depresión). Con todo, Fanaloza debía declararse en quiebra y en 1982 el síndico de quiebras procedería al remate de ambas plantas, Penco y Carrascal, por separado. La planta de Fanaloza en Penco se la adjudicaría, luego de proceso de licitación, Feliciano Palma Matus. Y en 1983 la planta de Fanaloza Carrascal sería adjudicada a Cerámicas Industriales S.A..

Palma Matus, quién había adquirido la licitación junto a su esposa Margarita Germany, decidiría entre sus nuevas medidas cambiar el nombre de la fábrica por Lozapenco S.A., nombre con el que es popularmente conocido en la actualidad. El futuro próximo de la empresa estaría marcado por el aumento de empleos y sueldos, el apoyo económico al club local deportivo Lozapenco (que llegaría en 1989 a tercera división del fútbol profesional) y a un aumento notable en las exportaciones a Estados Unidos. El pueblo se llenaba así de felicidad y se respiraban aires de bonanza, a pesar de la crisis económica del país. Situación que cambiaría repentinamente cuando en 1990 saliera a la luz las verdaderas razones del éxito económico y administrativo de Palma, el fraude¹³.

Fernando Pulgar, da sus impresiones acerca del periodo:

"Fanaloza y la ciudad de Penco vieron un renacer y un auge nunca vistos. Hubo trabajo, muy buenos sueldos, fútbol de categoría nacional y otras maravillas que aún recuerdan los pencones. Mas todo aquello era una farsa que ocultaba uno de los más grandes fraudes al fisco de Chile, vale decir a todos nosotros. El monto detectado fue de 48 millones de dólares, pero hay otros 15 millones de dólares que no se sabe adónde se fueron. Humanamente

13. El fraude tributario cometido por Palma Matus es reconocido como uno de los más grandes de la historia de Chile. En 1993, Palma fue condenado a 11 años de cárcel y a una multa superior a \$ 30 mil millones, para subsanar el perjuicio al patrimonio fiscal.



Arriba a la izquierda. Fotografía de Feliciano Palma Matus. Archivo Copesa.

hablando, los más perjudicados con este multimillonario fraude fueron los 2.200 trabajadores y sus familias que a esa fecha tenían una vida plena y feliz." (Como se cita en Palma, 2013).

14. Cerámicas Industriales S.A., CISA, en Septiembre de 1994, en conjunto con Sociedad de Inversiones Pampa Calichera, adquiere Porcelanas Florencia S.A., única fábrica de vajillería de porcelana fina en Chile, con un reconocido prestigio a nivel nacional e internacional.

Bravo (2003) relata como ese mismo año 1990, Feliciano Palma sería “acusado por el Servicio de Impuestos Internos (SII) de obtención fraudulenta de devoluciones de IVA y evasión de impuestos” (p.3). La fábrica, se vería gravemente afectada tras ser expuestas las faltas administrativas que contemplaban no pago a acreedores, no pago de cotizaciones y diversos delitos de orden tributario y comercial cometidos por su dueño. En noviembre de 1990 Lozapenco S.A. se declararía nuevamente en quiebra, y su síndico se dispondría a dar continuidad al giro de la empresa para, posteriormente, venderla (Bravo, 2003). En 1991 Lozapenco S.A. salía a remate y sería adjudicada a Comercializadora de Productos S.A. (Coprosa). Que, en 1993 pasaría a ser controlada por Cerámicas Industriales S.A.¹⁴, en conjunto con Sociedad de Inversiones Pampa Calichera, sociedad que se terminaría en 2002 luego de que Cerámicas Industriales S.A. comprara las acciones de Sociedad de Inversiones Pampa Calichera.

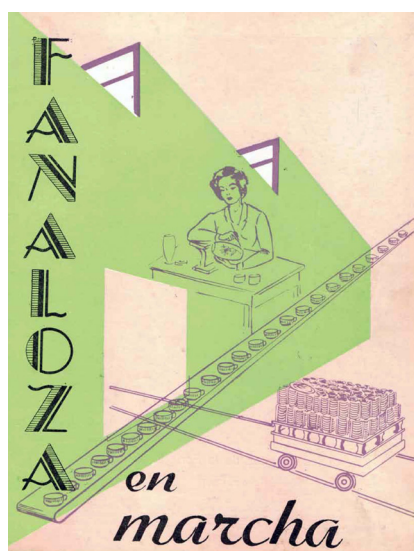
Desde la quiebra de Lozapenco en 1990, no se manufacturaron más productos bajo la marca Lozapenco o Lp, ya que los productos de vajillería que se manufacturaron durante el periodo llevarían en su dorso la marca Lozasur, marca que Coprosa crearía en 1994 y terminaría en 1999, al cerrar su planta de vajillería.

Desde el año 2011 la empresa es comprada por el Grupo Ecuatoriano Podolia, quienes han vuelto a dar fama al nombre Fanaloza, y lo han posicionado nuevamente en mercado nacional y latinoamericano, ahora exclusivamente de la mano de artículos cerámicos sanitarios y loza de baño.

Diseño en Fanaloza y Lozapenco

Bonsiepe y Fernández (2008) en su libro, “Historia del diseño en América Latina y el Caribe”, hacen un intento por situar al Diseño en el marco de las políticas económicas, sociales e industriales vividas en América Latina durante el siglo XX. En este sentido, respecto a Chile, la obra expone un mayor desarrollo en el área del Diseño Industrial, relacionando la disciplina en la manufactura de productos chilenos desde una perspectiva industrial, masiva y cotidiana.

La Fábrica Nacional de Loza de Penco presentaría diferencias respecto a otras fábricas nacionales del mismo rubro, la primera, en términos técnicos, sería la masificación de su producción, lo que significaría un intento constante de innovación e industrialización en los procesos de producción y diseño. La segunda, diría relación con las proyecciones de la empresa y cómo sus dueños se involucrarían en ella. Sabido es que durante los años de Fanaloza S.A. los Díaz, se educarían en las diferentes áreas de la industria cerámica europea, y traerían a Chile las ideas de una producción que con orgullo se enfrentara a piezas exportadas. En aquel tiempo, como se dijo anteriormente, la falta de personal técnico que tuviera conocimiento de materias específicas, obligaba a las industrias a enviar personas a instruirse o bien a traerlas al país, surgían así nuevos conceptos y se ponía énfasis en la estética y diseño industrial. Al respecto, en un artículo del primer volumen de su revista Fanaloza en Marcha en el año 1961, se alude a la importancia de las consideraciones estéticas como método de disuasión en la conducta de consumo, exponiendo:



Portada Revista Fanaloza en Marcha N° 2, noviembre de 1962. Dibujos y tipografía realizada por Roberto Benavente.

“El individuo corriente que dice: “Esto me gusta o aquello no”, expresa simplemente sus reacciones, aunque ignorando la razón de éstas. La belleza no puede ser considerada en nuestra época de revolución científica como una



Jarra Sussex Bone China, con terminación en filete de oro, para exportación. Años 60'.

simple cualidad de aspecto con escaso valor práctico sino, precisamente, como el factor de atracción” (Fanaloza, 1961, Diciembre, p.s/n).

El artículo deja clara una visión holística de la fábrica en relación a la producción, y a los factores que la determinan, al contrario de otros industriales según el texto siguiente:

“La mayor parte de los industriales tienen un concepto rutinario y pasivo de su función; por lo general, se limitan a fabricar y si van dando salida al producto se desprecupan totalmente de la renovación, de la creación de nuevos artículos y de la puesta al día de sus formas...” (Fanaloza, 1961, Diciembre, p.s/n).

El artículo enfatiza también en el rol social de la industria señalando su papel educador, el que conlleva, necesariamente, la asesoría de expertos, que orienten su gusto en orden de mantenerse a la vanguardia en líneas y colores, para que así la masa consumidora, el público, educara su sensibilidad y sentido selectivo. Se plantea acá la existencia de un rol más allá de la satisfacción de una necesidad y el carácter funcional del producto, designando al objeto un valor estético que intervendrá en la cotidianidad del consumidor.

En un volumen posterior se materializa la importancia del diseñador como asesor externo, señalando que “desde el año 1943 la Sección Decoración producía 10 mil a 12 mil piezas diarias, y con la incorporación de un diseñador extranjero se modificaron sistemas decorativos, los cuales permitieron un manifiesto auge en la producción” (Fanaloza, 1963, Enero, p.s/n). Auge, que seguiría y que en la década del 60' se proyectaría a un aumento de 700.000 piezas decoradas mensuales, al iniciarse en la fábrica la producción de calcomanías, las que previo a esto eran importadas desde Europa o Estados Unidos, pero que desde esa instancia serían diseñadas por

Cynthia Aguilera Fernández



Arriba. Taza y platillo de café Fanaloza, aplicación de calcomanía floral importada y fileteado de oro. Propiedad de la investigadora.

Roberto Benavente , quién es reconocido como el diseñador de la sección decoración (Fanaloza, 1963, Enero), y de quien se hablará más adelante. Si bien, la producción de calcomanías facilitaría el diseño de nuevos modelos y su adaptación a diferentes tipos de piezas, los motivos florales seguirían siendo importados hasta la década de los 80'.

Durante los años sesenta la empresa incursionaría en una línea de porcelana de ceniza de hueso, conocida como Bone China, que se caracterizaría por su alto grado de blancura y transparencia. Hugo Pereira Díaz, escultor, destacaría tanto en la elaboración de las piezas como en su decoración a mano, dando vida a la línea de exportación, Sussex Bone China, junto a otros importantes decoradores. Esta línea, una de las más destacadas de la fábrica, se vanagloriaría de ser realizada artesanalmente, al igual que en el exterior, y aseguraría que sus diseños seguían las normas internacionales, usando para sus terminaciones el costoso oro de 24 kilates con acabado opaco (Como se cita en Márquez, 2003).

En 1970 la producción llegaría, como se dijo, al millón y medio de piezas decoradas mensuales, gracias al uso de calcomanías, a las máquinas estampadoras y al decorado a mano, este último, consistiría principalmente en fileteados para las líneas más económicas y decoraciones para la línea Sussex.

Durante los primeros años de la década del setenta, antes del Golpe Militar de 1973, Fanaloza formaría parte, como se dijo, de las empresas ingresadas al Área Social y sería manejada por CORFO. Tiempo en el que participaría de los proyectos de diseño impulsados por INTEC (Instituto de Investigaciones Tecnológicas de Chile) y cuyo objetivo en relación a la Fábrica Nacional de

Cynthia Aguilera Fernández



Arriba. Taza y platillo de té Lozapenco, con decoración de líneas fileteadas a mano en color café. Propiedad de la investigadora.



Propuesta del Grupo de diseño INTEC para Fanaloza. Archivo en Palmarola (2002).

15. William Morris, inglés reconocido escritor, reformador social, diseñador y artista. Por medio de su obra literaria, teórica y artística, planteó la recuperación del espíritu de las artes y oficios medievales.

Loza de Penco, sería la racionalización de la vajilla. Proyecto que se desarrolló con gran influencia de la escuela de Ulm, pues el diseñador y profesor alemán Gui Bonsiepe, sería el encargado de dirigir el grupo de Diseño Industrial del instituto. Proyectos que se verían interrumpidos tras el Golpe de Estado y cuyos productos no serían finalmente fabricados (Palmarola, 2002).

En los años posteriores, bajo el nombre Lozapenco, aumentaría la contratación de pintadoras y decoradoras para realizar líneas de artículos decorativos, alcanzando en este periodo una producción que llegaría a los 1.560 millones de piezas (Bravo, 2003). Si bien, oficialmente no existe información acerca del cambio de fórmula en la materialidad o la disminución de calidad, fue de conocimiento común que el alza en la producción significó una diferencia en el aspecto, grosor y terminaciones de la loza. Las delicadas piezas de mediados de siglo con filete de oro y la elegancia de la línea Sussex quedarían atrás. También quedaría atrás la producción de la vajilla completa que constaba de diversas piezas y complementos como tazas de té, café y consomé, salseras, fuentes, etc.. Sin embargo, y más allá de las apreciaciones estéticas, los 80' y su alza en la producción, llevó a la marca a tener un costo competitivo y así mantenerse en el mercado. Sandra Perez, secretaria actual de Fanaloza Penco, comentó que luego de la quiebra en 1990, la producción se reduciría drásticamente a 13.400.000 piezas mensuales, esta vez, bajo la marca Lozasur (Comunicación personal, 26 de junio de 2015).

Si bien, no basta un solo documento para dar cuenta del conocimiento y aplicación que la fábrica poseía del diseño industrial y gráfico. Parece importante mencionar la publicación de un artículo en la revista Fanaloza en Marcha de septiembre de

Cynthia Aguilera Fernández



Arriba. Taza y platillo de café Fanaloza, aplicación de calcomanía con diseño de cenefa con greca y motivos vegetales y florales importada y fileteado de oro. Década del 40'. Propiedad de la investigadora.

16. Escuela de Artes Aplicadas, existió entre 1928 y 1968. Se la reconoce como el antecedente en Chile de las Escuelas de Diseño, pues su objetivo era, principalmente, orientar la educación artística hacia fines prácticos. En el texto se nombra la creación de la Escuela de Artes Aplicadas, pero no se establece una relación directa entre ésta y la fábrica. No obstante, tanto Roberto Benavente (señalado como el Diseñador de decorados) y Hugo Pereira (encargado del diseño de formas y decoración a mano) estudiaron en la Escuela de Bellas Artes en la década del 50 aproximadamente.

17. Peter Muller-Munk fue el creador de la empresa de diseño industrial estadounidense PMMA, cuyo trabajo abarcó diversos aspectos del diseño industrial y fue especialmente influyente en el ámbito de los bienes de consumo.

A la derecha. Roberto Benavente y Hugo Pereira en la década de los 60', en las dependencias de Fanaloza en Penco. Archivo personal Familia Benavente Merlo.

1962, bajo el nombre de Diseño Industrial. El texto inicia con la exposición histórica de la disciplina desde William Morris¹⁵ hasta la creación en 1929 de la Escuela de Artes Aplicadas¹⁶. Se expone en el texto la importancia que día a día estaría adquiriendo esta nueva rama que es señalada como de la ciencia y el arte y destaca la labor creativa del diseño pues “la máquina resuelve el trabajo que se le encomienda, con precisión y uniformidad, pero no esta





Arriba. Operario de Fanaloza Penco, realizando último control de calidad. Comprobando por sonido si las piezas tienen roturas y verificando que los calcos y filetes no muestren defectos. Archivo fotográfico en Zablah (1979).



Arriba. Operario de Fanaloza Penco, pegando oreja a taza de té. Archivo fotográfico en Zablah (1979).

capacitada para crear y planear” (Fanaloza, 1963, Enero). El artículo, además, inserta un texto de Peter Muller-Munk¹⁷ sobre la influencia de la proyección industrial en el desarrollo de productos. Éste, se refiere al diseño industrial como un importante brazo en toda administración, señalando a su vez la importancia del diseño en embalajes, marcas de fábrica, exposiciones, y como todo en su conjunto, las artes gráficas y la proyección de productos, incumbe a la proyección industrial (Fanaloza, 1962, Septiembre). Visión que pareciera haber sido acogida por la fábrica durante la época, ya que fueron los años 60 en donde más se destacaría, tanto por sus productos, como por su participación en exposiciones y su innovación en nuevas líneas de diseño. Respecto a esto, Juan Carlos Zablah, Diseñador Industrial de la Universidad de Chile, en un informe de práctica realizada en Fanaloza Penco durante 1979, expone que recién a inicios de ese año se crearía en la fábrica de Carrascal un Departamento de Diseño a cargo de la diseñadora Karen Luderitz, egresada de la Universidad Católica y cuya función principal sería realizar nuevas formas para su fabricación en Penco (Zablah, 1979). Al respecto el entonces alumno, repara en el retraso en los sistemas y técnicas de fabricación, que serían las mismas empleadas hace 50 años, solo que con algunas mejoras. Declarando que “en la actualidad es posible definir Fanaloza, como una fábrica que elabora industrialmente productos artesanales” (Zablah, 1979, p.37).

Decorado y Logotipos

Desde los inicios de la fábrica hasta la década del 60' el rol del diseño como disciplina creadora en la proyección de productos iba de la mano con la forma, materialidad y funcionalidad más que con los elementos decorativos. Esto, debido a las limitantes de impresión existentes que obligaban a la importación de calcomanías o a la realización de estampado a un solo color, circunstancias que restringían la labor creativa, y que en el caso de las calcomanías reducía la intervención del diseñador a acomodar las imágenes según fuera la forma de la pieza.

A través de las piezas se pueden identificar tres tipos de diseño, aquellos que provenían de calcomanías, aquellos impresos en máquinas estampadoras y aquellos pintados a mano. La calcomanía, por ejemplo, era pegada a mano y presentaba mayor resolución y uniformidad en la imagen. A diferencia de la anterior, el diseño estampado era realizado por una máquina a un solo color y podía presentar diferencias en la intensidad del mismo y desplazamiento de la imagen en la pieza. Por otra parte, las piezas pintadas a mano serían siempre acompañadas en su dorso por el logo, la inscripción pintado a mano o hand painted, y el nombre del pintador o pintadora. En la línea Sussex Bone China y la línea decorativa creada durante el periodo de Lozapenco se puede identificar esta característica.

En el caso de las calcomanías es posible notar diferencias entre aquellas importadas y aquellas producidas en la fábrica. Hasta 1982 se seguían importando calcomanías con motivos florales, sin embargo con la llegada de Feliciano Palma se eliminaría toda importación de calcomanías, pasando, las flores, a ser diseñadas por Benavente, pero a diferencia de las primeras, destacadas por su detalle y degradado, las últimas se caracterizan por una mayor



Arriba. Platos con la marca Lozapenco. En ellos se puede observar, fileteado (líneas), grecas y diseño de espiga de trigo por Roberto Benavente. Propiedad de la investigadora.

Cynthia Aguilera Fernández



Taza de té Fanaloza, con popular diseño y aplicación de calcomanía floral importada. Década del 60' y 70'. Propiedad de la investigadora.

Arriba. Izquierda. Plato llano con la marca Lozapenco. Motivo floral con calcomanía realizada en la fábrica. Propiedad de la investigadora.

Cynthia Aguilera Fernández



simplificación en el dibujo y el uso de colores planos, esto debido a que eran impresas por serigrafía, en cambio, las importadas eran impresas en offset. Por otra parte, la necesidad de separación de los colores y creación de una seda para cada uno, encarecía el costo de la calcomanía, y lentificaba su proceso, ya que entre más colores se utilizaban, más tiempo tardaba el secado de cada uno para superponerlos y formar así la calcomanía, la que a demás debía reposar un día después de ser agregado un pegamento plastificante que la dejaba lista para usar (Zablah, 1979). Un dibujo simplificado significaba entonces, menor costo y tiempo.

Cynthia Aguilera Fernández



Arriba. Tazas de té con la marca Lozapenco. Con calcomanías realizadas en la fábrica. Propiedad de la investigadora.

En cuanto a los motivos de la decoración, no es posible hacer declaraciones importantes por cuanto es necesario un estudio profundo desde un universo de piezas mayor al que se ha observado, y no es ese el objetivo del estudio. Sin embargo, se pueden destacar algunos rasgos como la explotación de motivos florales y lineales, así como la incursión en paisajes, como el del objeto de estudio, y la utilización de patrones geométricos. Se conoce la existencia de libros y catalogos de dibujo decorativos, importados, con patrones, ornamentos, motivos florales, paisajes, etc. que pueden haber servido de inspiración para Roberto Benavente.

En importante destacar que la empresa se dedicó también a la realización de loza corporativa, para las cuales los motivos eran especialmente diseñados, pudiendo ser logos u otro tipo de imagen e inscripción, esta práctica se desarrolló principalmente durante los últimos 20 años de producción.



Arriba. Izquierda. Primer logotipo utilizado por la fábrica. Derecha. Logotipo de uso común, utilizado durante los primeros años.

Abajo. Logotipo en letra manuscrita masivamente utilizado. Posible inspiración para el logotipo que en la actualidad utiliza la fábrica.



Cynthia Aguilera Fernández



Cynthia Aguilera Fernández

Logotipo utilizado para productos de exportación durante la década del 40'.

Durante los años de funcionamiento de la fábrica, se utilizaron una variada cantidad de logotipos de los cuales se ha logrado identificar algunos. El primero y quizá el que causa mayor curiosidad por su composición tipográfica es el que acompañaría a la empresa desde 1930 hasta 1960 aproximadamente (Márquez, 2014). El logotipo une las iniciales del nombre Fábrica Nacional de Loza de Penco (N, F, L y P) formando una taza cuya asa es representada con el ojal de la letra P. Logotipo, que con un trazo no tosco, pero tampoco fino, podría parecer ingenuo a primera vista, pero que pareciera ser fruto de la indagación creativa de un personaje cuya identidad se desconoce, pero que bien podría ser uno de sus dueños o un familiar que se encomendó a la tarea, como se ha visto en otras industrias de época. Si bien, este logotipo perduró por 30 años, durante la mayoría del tiempo su utilización se limitó al de imagen corporativa, dejando la marca de productos a otros dos logotipos que daban a entender su origen con mayor claridad. El primero, de composición tipográfica simple, dirían Fab. Chilena en letra imprenta hecha a mano e inscrito en un semicírculo imaginario, con el texto Penco en su interior, éste sería utilizado durante los primeros años de la fábrica. El segundo, llevaría inscrito el nombre Fanaloza en letra manuscrita y Penco Chile, en letra imprenta, y sería el más conocido a nivel nacional durante este periodo.

Con el inicio de las exportaciones, en 1943, surge un nuevo logotipo dorado de forma esférica representando al continente Sudamericano, en cuya parte inferior lucía la inscripción Fanaloza Penco – Chile. Posteriormente, durante el tiempo de Sussex Bone China, serían utilizados dos logotipos, el primero, formado por una corona inglesa escoltada por las iniciales FN a la izquierda y L.P a la derecha con la inscripción Chile Ware, el que se presume



Cynthia Aguilera Fernández

Arriba. logotipos de la marca Sussex Bone China, producida por Fanaloza desde la década de los 60'.

buscaba validar los productos y publicitar su realización bajo estándares internacionales. El segundo logotipo, consistiría en una composición tipográfica del texto de la marca Sussex Bone China, acompañada del icono de un pingüino y con la inscripción Made in Chile.



Cynthia Aguilera Fernández

Bajo el nombre de Fanaloza también se identificaron, el logotipo formado por una F, un círculo y un cuadrado, el logotipo de los productos manufacturados como Fanaloza Carrascal Chile y aquel formado por el ícono de una gacela bajo la inscripción Fanaloza.

Abajo. Logotipo de Chile Ware, con corona inglesa escoltada por las iniciales F.N a la izquierda y L.P a la derecha.

Acá, en uno de los logotipos de Sussex Bone China, es posible identificar la leyenda *hand painted* y el nombre del pintador /a.



Cynthia Aguilera Fernández

Hand Painted

Nombre del pintador/a :
:

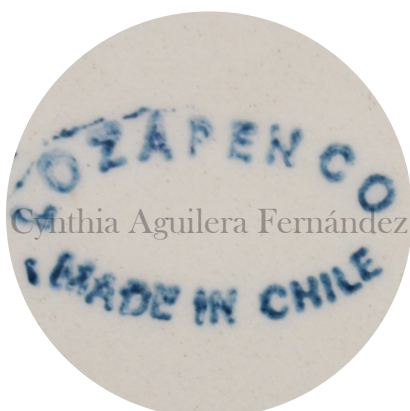


Arriba. Izquierda. Logotipo de Lp. Lozapenco, marca que fue registrada con las iniciales. Lp que sería característica de la fábrica en los tiempos de Feliciano Palma, por ser ésta la que llevaban las camisetas del club deportivo. Derecha. Logotipo utilizado masivamente durante la década del 80'.

Durante los años de la fábrica como Lozapenco, dos serían los principales logotipos, el primero, con la inscripción Lozapenco Made in Chile, que se puede encontrar en distintos colores como café, verde, negro y azul, es sin duda, popularmente conocido.

El segundo, formado por la composición tipográfica Lp, fue utilizado desde mediados de la década de los 80' y era acompañado de la inscripción Lozapenco Chile, con una variación conocida en donde el Chile va en la parte superior. Otro logotipo, poco común, es el que sobre relieve lleva la inscripción Lozapenco Chile en mayúsculas.

Posteriormente, con la creación de Lozasur, la loza llevaría en su dorso únicamente el nombre de la marca en color azul.



Arriba. Logotipos utilizados por Lozapenco., variantes del de la imagen superior derecha.



A la derecha. Logotipo utilizado por Lozasur, desde 1994 hasta 1999.

Es importante señalar que se investigó en el Instituto Nacional de Propiedad Industrial, los registros de cada una de las marcas, pero la información obtenida fue poca e inconclusa, principalmente porque la mayoría de las inscripciones eran denominativas o mixtas, pero no todas adjuntaban imagen, o si lo hacían era en años posteriores. Por ejemplo la denominación Lp. Lozapenco Chile, se encuentra registrada desde 1984 como marca mixta, pero su imagen fue adjuntada recién en 1994.

Izquierda. Logotipo de Lozapeno sobre relieve en la cerámica.
Derecha. Logotipo utilizado por la fábrica Fanaloza en Carrascal, Santiago.



Izquierda. Logotipo con escudo de ciudad de Penco intervenido.
Derecha. Se desconoce información sobre este logotipo.



Izquierda. Logotipo con gacela de Fanaloza, se desconoce el año de utilización.
Derecha. Variante de logotipo Lp. Lozapenco.



Capítulo II

Willow de Lozapenco

El plato

El objeto según Moles (1975), es aquello producido por el hombre, de carácter pasivo y fabricado. A su vez, el autor plantea distintas clasificaciones para llegar así, a una caracterización más específica. La primera clasificación dice relación con el tiempo. El autor distingue entre objetos consumibles y no consumibles. Los primeros, aquellos fabricados y concebidos para ser consumidos, tales como periódicos y latas de conserva. Y los segundos, aquellos duraderos, que se someterán al desgaste y el accidente, dando como ejemplo un encendedor o un plato (Moles, 1975). Como segunda clasificación, Moles plantea un objeto caracterizado por sus dimensiones, en donde están los en escala del hombre y aquellos de menor dimensión. No obstante, para entender esta última se hace necesaria una subdivisión en las que están: los objetos en los que se penetra, el auto, la casa; los objetos de nuestra talla y con escasa movilidad, como los muebles; los objetos que pueden cogerse con la mano, entre los que se encuentran platos, máquinas de escribir, etc.; y por último los microobjetos, que se toman en los dedos. Finalmente, Moles, define el objeto, como “un elemento del mundo exterior, fabricado por el hombre que éste puede coger o manipular” (p.32). El autor nombra en más de una oportunidad al plato como ejemplo del objeto que conceptualiza, de lo que se deduce que éste sería, para Moles, un objeto en el sentido de su definición.

La palabra plato, proveniente etimológicamente del latín *plattus*, traducido como plano o aplastado, y del griego *platýs*, traducido como ancho o plano. Se define como “recipiente bajo y redondo, con una concavidad en medio y borde comúnmente plano alrededor, empleado en las mesas para servir los alimentos y comer en él y para otros usos” (Rae, 2014). Como se advierte en la definición,

el concepto está caracterizado por una forma determinada y asociado a una funcionalidad. Al respecto, Moles nos dice que el objeto comporta un aspecto semántico (denotativo) y un aspecto estético (connotativo). El aspecto semántico está ligado “en gran medida a su función, a su utilidad en relación con el repertorio de necesidades humanas” (p.49) y es libremente explicable por el receptor, en cambio, el aspecto estético o connotativo, está construido sobre los armónicos del sentido y es variable.

Hacia una textualización del plato Willow

Hasta el momento se ha definido objeto (inserto en la vida cotidiana) y plato (entendido como objeto cotidiano). Parece pertinente, seguir con la definición del objeto de estudio en particular. Llovet (1979) dice que el objeto, en un sentido amplio y siendo elaborado por un diseñador del tipo que sea, puede considerarse como un texto constituido por varias frases. Establece, que al describir el objeto desde el punto de vista del diseñador se lo textualiza, es decir, se crea “un texto que equivale, con relativa exactitud, a distintos aspectos del objeto en sí, y del objeto en tanto que utensilio para otro”(p.28). Llovet, plantea una aproximación metodológica a la disciplina del diseño, desde una perspectiva semiológica (Vilches, 2002). El autor ejemplifica la textualización con un cepillo de dientes, señalando:

“Instrumento de unos 15 o 20 cm de largo compuesto por una barra plana (hoy) generalmente de plástico, que tiene un sector largo para ser sostenido en la mano, y un sector corto provisto de unas cerdas de sustancia animal o plástica de ni mucha ni poca resistencia al tacto, de un centímetro aproximadamente de largo, incrustadas en el sector corto perpendicularmente a su plano, dispuestas en dos o tres hileras, con agujeros (optativos) para que se escurra el agua en la parte correspondiente a las cerdas, y otro

agujero (también optativo) en el extremo opuesto de la barra para que pueda colgarse de un soporte exterior; que puede ser de distintos colores, y que sirve, previo añadido (habitual) de una pasta determinada con ciertas características, para lavar los dientes (generalmente los de uno mismo) más o menos en toda su superficie visible según un método de fácil aprendizaje, que no se olvida” (Llovet, 1979, p.28).

Como se puede percibir en el texto citado, la textualización del objeto viene a ser una síntesis formal de éste, articulada en frases. Si bien, Llovet enmarca la textualización como parte de la ideología y metodología de diseño (en pro de mejorar el proceso de diseño o rediseño de un objeto), y la aplica sobre una tipología de objeto (cepillo de dientes, lámpara, silla, etc.), parece pertinente llevar el plato Willow de la fábrica Lozapenco, a un equivalente en texto que se pueda hablar y escribir, más allá de su tipología, logrando una descripción, relativamente exacta, del objeto en toda su complejidad particular (Vilchis, 2002). En efecto, su textualización, ayudará a identificar el conjunto de pertinencias que lo constituyen, concluyendo en lo que Llovet llama, “texto del diseño” (p.32). Si bien, el autor realiza un análisis complejo y un tanto azaroso sobre el tema, para este estudio se considerará sólo el capítulo denominado, “Texto y contexto en diseño” (1979).

A la fecha, el objeto de estudio posee una única descripción conocida. Esta se encuentra presente en la ficha realizada por SURDOC (2014) en la que se describe como: “pieza circular, al anverso presenta en su interior un leve rebaje central y un borde perimetral elevado. Tiene decoración esmaltada en tonos azules en el centro del anverso presenta una casa y en el extremo una franja con elementos vegetales”. Desde la perspectiva de Llovet, esta descripción no equivaldría en el texto a los distintos aspectos del



objeto, pues no incluye todos los rasgos pertinentes, siendo necesaria la imagen del objeto para entenderla en su texto y contexto.

De acuerdo a los razonamientos que se han realizado anteriormente, una aproximación a la textualización del plato Willow de la fábrica Lozapenco se entendería como:

Objeto de loza blanquecina (de textura visual brillante) en forma circular, de 22 cm de diámetro, que desde el borde perimetral (cenefa) de 3 cm presenta una inclinación obtusa, creando una forma cóncava (centro) de 13 cm de diámetro y 1 cm de profundidad, que permite contener (generalmente) alimentos, evitando que éstos se deslicen o escurran, ostenta (el utensilio) un decorado bajo barniz en color azul que se compone por decoraciones vegetales y florales continuas desplegadas por todo su borde perimetral y, en su área central, por elementos florales y vegetales desde el segmento inferior izquierdo y un paisaje lacustre surtido de árboles, una casa de piedra con una cerca, un bote a vela que navega sobre el cuerpo de agua, con dos personas en su interior, y un cordón montañoso en cuya cima se empina un castillo rodeado de nubes.

Arriba. Esquema gráfico de la textualización del plato Willow de la fábrica Lozapenco. Elaboración propia.

Loza & decorado bajo barniz

Según los antecedentes expuestos en Zablah (1979), la decoración a fines de los 70' en Fanalozza era aplicada, principalmente, sobre barniz y bajo barniz. En el decorado sobre barniz, las piezas llegaban barnizadas y en blanco, listas para ser pegada la calcomanía o hacer el fileteado a mano sobre un torno, para luego ser cocida por tercera vez (la primera cocción era la del biscocho y la segunda la del barniz). Por su parte, la decoración bajo barniz tenía la particularidad de ser realizada directamente en la pieza luego de la cocción del biscocho, esto mediante máquinas estampadoras o aplicación de calcomanías. Zablah, describe el procedimiento de estampado comentando “se coloca la tela sobre la goma y se pasa el color sobre ella. Luego las gomas se colocan sobre las piezas, se da una presión de aire de 30lbs., estampando las piezas las que luego se secan” (p.32). El autor habla de tela en referencia a la seda contenedora de la imagen que era elaborada como la seda serigráfica, y que marcaba la imagen en una goma, la que, a modo de timbre, estampaba el decorado en la pieza de loza. Posterior al secado del estampado, la pieza pasaba a ser barnizada, quedando el decorado bajo una capa vidriosa, para finalmente ser cocida por segunda y última vez. Roberto Zuchel, ex profesional de la Sección Decorados de la fábrica, se refirió a esto en los siguientes términos:

“La característica del Willow era que se trabajaba a dos fuegos...era más barato para fabricarlo, pero a la vez era caro para la gente, por eso es que se hacía mucho Willow, porque económicamente a la fábrica le salía más fácil hacer esto... y otra cosa era que si el plato tenía falla el Willow tapaba la falla...” (Comunicación personal, 26 de junio de 2015).



Jarra de 1778 realizada por la fábrica inglesa Caughley. Decorado por transferencia bajo barniz. Colección de cerámica de Victoria and Albert Museum, Inglaterra

Esta característica, ligada a la conveniencia de su producción, potenció su presencia en el mercado durante los años 80' bajo la marca Lozapenco. Al respecto, Agustín Díaz, propietario de la



Arriba. Detalle de aspecto vidrioso dado por el decorado bajo barniz, en el plato Willow de Lozapenco.

ferretería Baquedano, ubicada en Santiago Centro, señaló “estos eran las papitas calientes de Feliciano Palma” (Comunicación personal, mayo de 2015) refiriéndose a la popularidad del diseño del objeto de estudio en los tiempos en que Feliciano Palma era dueño de la fábrica.

El diseño del plato Willow de Lozapenco también habría sido decorado bajo barniz mediante calcomanías, lo cual se puede comprobar a través de la existencia de éstas y que, algunas piezas, no era posible decorarlas con máquina estampadora por la complejidad de su forma. Sin embargo, el tiempo y costo empleado en su decoración, era mayor que cuando el trabajo se hacía a través de máquinas estampadoras, ya que la calcomanía, como se dijo en el capítulo anterior, era pegada a mano.

Las principales ventajas del decorado bajo barniz eran uniformidad del diseño, su brillo y la resistencia al uso y paso del tiempo al no desgastarse su decorado. Esta técnica denominada *underglaze printing*, en inglés se origina a mediados del siglo XVIII en Inglaterra, en la fábrica Worcester con pigmento de óxido de cobalto. En aquel tiempo había surgido ya la técnica de impresión por transferencia conocida como *transferware*, que consistía en un proceso por el cual un patrón o diseño era grabado en un plato de cobre u otro metal, para luego ser entintado y transferido a un tejido especial. El que luego se desplegaba sobre el plato cerámico ya barnizado, dejando la imagen impresa y lista para cocer, circunstancia en la que el pigmento tendía a correrse por la alta temperatura. Dicho problema encontraría solución al aplicar el decorado sobre el biscocho crudo y luego barnizar la pieza, lo que daría origen al decorado bajo barniz.

El color

Se ha dispuesto partir la exposición del color en este capítulo, por cuanto éste se constituye como parte de la materialidad del objeto de estudio, más allá de su aplicación en la representación icónica particular, lo que no excluye en ningún sentido su análisis e interpretación desde la perspectiva de la imagen, en el capítulo siguiente.

El plato Willow de Lozapenco está decorado en color azul sobre un fondo de loza blanquecina, lo que comúnmente se podría definir como un decorado en azul y blanco.

Los orígenes de la decoración de cerámica en azul y blanco, si bien, se remontan al siglo IX en Persia, se haría popular durante la Dinastía Ming (1368-1644 d. C.), en China.

El restablecimiento del comercio entre China y el Oriente Próximo, promovería la importación del pigmento azul cobalto en sus distintas formas, y surgirían así las primeras decoraciones con esta combinación, las que inicialmente se caracterizarían por un estilo poco definido cuya principal iconografía eran motivos florales, vegetales y animales pintados a mano. Durante el reinado de Hsuan-te, en 1426, la iconografía en azul y blanco se unificaría e identificaría con un estilo más suelto, que posteriormente, en el siglo XVI, se caracterizaría por sus paisajes y añadiría la figura humana como parte de éstos. Son estos originales chinos, en cuyas decoraciones se puede conocer la arquitectura, vegetación y vestimentas del lugar, los que llegarían importados a Europa a un alto costo y posteriormente a América, donde serían adquiridas por los ciudadanos más adinerados. Estas imágenes llegarán a ser las más representativas de China, durante la época, logrando influenciar en



Muestra CMYK (%)
de la coloración pictórica
Azul cobalto aclarado
C75; M20; Y0; K0



Muestra CMYK (%)
de la coloración pictórica
Azul cobalto claro
C100; M70; Y30; K0



Muestra CMYK (%)
de la coloración pictórica
Azul cobalto claro
C100; M80; Y1; K0



Muestra CMYK (%)
de la coloración pictórica
Azul cobalto oscuro
aclarado
C100; M80; Y1; K0

Muestra CMYK (%) de azul cobalto según el Akal del Color de Gallego y Sanz (2001).



Arriba. Izquierda. Plato de realizado ca. 1580-1610 en Jingdezhen, China. Colección de cerámica de Victoria and Albert Museum, Inglaterra.



Arriba. Izquierda. Plato de realizado entre ca. 1700 en Jingdezhen, China. Colección de cerámica de Victoria and Albert Museum, Inglaterra.



Arriba. Plato de la fábrica inglesa Worcester, hecho en 1785. Decorado por transferencia bajo barniz. Colección de cerámica de Victoria and Albert Museum, Inglaterra.

la percepción que el mundo occidental tiene de la cultura oriental. Como plantea Portanova (2007) “la gente en Europa y América formaron sus impresiones de la tierra y su gente desde las pinturas y patterns en la porcelana china” (p.1). Impresiones que son bastante idealizadas, y que llevarán a Europa a desarrollar cierta admiración y deseo sobre China y lo que a ella respecta, lo que se conocerá como chinoiserie. Por otra parte, la percepción de la porcelana china en azul y blanco como costosa y refinada, llevará a otorgar éstas mismas características a toda combinación de color azul y blanco sobre cerámica, reconociéndose esta combinación como una denominación propia de la cerámica (principalmente porcelana). Gallego y Sanz (2001), definen y caracterizan azul y blanco como:

“denominación común de distintas combinaciones cromáticas específicas (de coloraciones de azul a azul púrpura, semioscura, fuerte o viva a negruzca semineutra y blanca o blanquecina), a través de las cuales se manifestó el esquema cromático azul y blanco en las porcelanas, iraquíes, china y europeas entre los siglos IX y XVIII” (p. 142)

Los autores, describen también las combinaciones más conocidas de azul y blanco desarrolladas en las distintas casas cerámicas, entre



Arriba Izquierda. Plato de la fábrica De Roos factory de Delft, Holanda. Motivos Florales. Pintado entre 1700-1725. Colección de cerámica de Victoria and Albert Museum, Inglaterra.

Arriba Izquierda. Plato de la fábrica Bijl de Delft, Holanda. Pintado entre 1750-1775. Colección de cerámica de Victoria and Albert Museum, Inglaterra.



Detalle plato de la fábrica De Roos factory de Delft, Holanda. Pintado entre 1690-1710. Colección de cerámica de Victoria and Albert Museum, Inglaterra.

las que destaca el azul y blanco Delft.

Es durante el siglo XVII que los ceramistas holandeses de la ciudad de Delft ponen sus esfuerzos en imitar la porcelana azul y blanco Kraak, que caracterizada por un azul intenso y un blanco verdoso, era, en esos momentos, la más conocida en Europa, ya que había sido fabricada masivamente para su exportación a occidente. La cerámica Delft, reemplaza la porcelana por una cerámica más económica recubierta con un vidriado de estaño (Portanova, 2007), y la decora a mano imitando los patterns chinos. Con el paso del tiempo la cerámica Delft incursionará en sus diseños y se transformará en un reflejo de la vida cotidiana y los paisajes de Holanda y Europa, diseños por los que hoy es reconocida mundialmente. Si bien, la cerámica Delft tiene gran popularidad durante un tiempo, no logra “la belleza y durabilidad de la verdadera porcelana” (Portanova, 2007, p. 2). Para el siglo XIX, la mayoría de las fábricas cerámicas de Delft cierran sus puertas. Sin embargo, el principal legado que deja la cerámica Holandesa es la utilización de la combinación azul y blanco en diseños y Patterns con estética occidental (paisajes, vida cotidiana, flora, etc.), lo que será imitado en la posterioridad, y consolidará la cerámica en azul y blanco como costosa y refinada, a pesar de las variaciones en la calidad de su materialidad y la imperfección de sus terminaciones. Fue común durante la investigación que algunos agentes de información encontraran en el decorado azul y blanco del plato Willow, una clara referencia a la cerámica Delft.

Las piezas cerámicas con combinación azul y blanco se masificarían



Arriba. Imagen de pigmento azul cobalto pulverizado.

en los siglos posteriores, gracias al surgimiento de la transferencia como método de impresión y al decorado bajo barniz.

No se conoce la fórmula exacta del azul del Willow de Lozapenco, pero se sabe que los pigmentos cerámicos son mezclas calcinadas de óxidos colorantes a una temperatura determinada según el color del que se trate. Los pigmentos azules, que se forman a partir del óxido de cobalto, necesitan ser calcinados a altas temperaturas.



Detalle del color de decorado del plato Willow de Lozapenco.

Dependiendo del método utilizado para la decoración será la preparación del pigmento, ya que en el caso del pigmento preparado para almacenar, deben primero ser mezclados los componentes en un mezclador bicilíndrico, luego ser llevados al horno de calcinación, para proceder a ser molido, lavado para eliminar impurezas, finalizando con el secado y almacenaje. En el caso de los pigmentos preparados para estampados en máquina, luego de ser mezclados los componentes son molidos en húmedo, secados y enviados directamente al laboratorio de estampado para ser utilizado en decorado bajo barniz (Zablah, 1979).

Es importante señalar, que si bien, el objeto de estudio posee un pigmento azul cobalto, otros platos del mismo diseño y con el mismo logotipo presentan un pigmento azul cobalto más oscuro. Es muy probable que se deba a cambios porcentuales en la mezcla del pigmento o bien a diferencias en la temperatura de cocción, pero no existe información al respecto. Por otra parte, las calcomanías encontradas con el diseño del objeto de estudio, tienen también un azul cobalto oscuro, sin embargo esto se puede deber a que el color cambia cuando la calcomanía es pegada en la cerámica, según indicó (R. Zuchel S., comunicación personal, 27 de junio de 2015).

El nombre

Rojas Mix (2006) comenta que “la imagen da todo salvo el nombre y en algunos casos, como la fotografía, es el nombre lo que importa (p.20). Éste puede ser uno de esos casos. Como se dijo al inicio de este informe, la denominación comercial del objeto de estudio es Willow.

Ante un primer acercamiento con el término y la búsqueda de antecedentes en el ámbito de la decoración cerámica, se observó que el plato de Lozapenco no era el único con ese nombre en su diseño, sino que la expresión “Willow”, se relacionaba directamente con un reconocido pattern de origen inglés aplicado en cerámica, que, caracterizado por su color azul y su especial decorado, era conocido mundial e históricamente como Willow Pattern o Blue Willow. En efecto, surgía en este punto, un nuevo paradigma. Se encontraba ahora una vinculación entre el nombre y el objeto, ambos ostentaban un paisaje en color azul. Sin embargo, la iconografía que seguía no respondía estéticamente al referente encontrado, ya que, pese a que se identificaron algunos elementos comunes, la iconografía del Willow Pattern presenta una estética oriental y el Willow de la fábrica Lozapenco, una estética claramente occidental, cuestión en la que se profundizará más adelante.



Detalle de sauce en Willow Pattern de la fábrica Velle Bue, Inglaterra. Archivos en Printed British Pottery and Porcelain.

Willow Pattern

El diseño Willow Pattern tiene sus orígenes en el siglo XVIII en la fábrica de porcelana Caughley Co. en Shropshire, Inglaterra, que comercializó el diseño como Willow Nankin. Aunque no existe claridad sobre el autor, su diseño se atribuye, bien a Thomas Turner, dueño y fundador de la fábrica Caughley Co. en 1799, o bien a Thomas Minton, quien trabajó en Caughley como aprendiz de grabador de cerámica entre 1780 y 1790 (Portanova,



Arriba. Izquierda. Plato bautizado Two Birds (dos aves) por H. A. Crosby Forbes. Archivos en Printed British Pottery and Porcelain.



Arriba. Derecha. Plato Willow Nankin de la fábrica Caughley, Inglaterra. Archivos en Printed British Pottery and Porcelain.

18. H. A. Crosby Forbes, fue un estudioso experto en porcelana China. Era parte de la familia Forbes, que hizo su fortuna a través del comercio entre Estados Unidos y China durante el siglo XIX. Crosby Forbes llegó a publicar numerosos libros sobre porcelana y a fundar en 1964 el Museum of the American China Trade, que actualmente es parte del Forbes House Museum en Massachusetts, EE.UU.

2007). Algunas fuentes indican que el diseño Willow fue copiado de un diseño chino en porcelana pintado a mano. Éste diseño fue llamado Two Birds (dos aves) por H. A. Crosby Forbes¹⁸ durante su investigación sobre los diseños de porcelana en azul y blanco. Éste último estimó que la fábrica Caughley copió el diseño en 1780 y lo llamó Willow Nankin (Printed British Pottery and Porcelain, 2014). Ahora bien, se estima que el nombre Willow está dado por la presencia, en el paisaje, de un sauce (árbol llorón), sin embargo, pareciera un tanto antojadizo, considerando que hay otros elementos dentro de la iconografía. Se cree que esto podría encontrar razón en que previo a la comercialización del diseño Willow Nankin, solía llamarse “Willow” genéricamente a muchos de los patterns chinos, ya que el sauce era un elemento común y por tanto representativo del decorado asiático (Printed British Pottery and Porcelain, 2014). Es entonces posible que la denominación Willow que hoy identificamos con un diseño específico, sea fruto de una estrategia de marketing que se valió de la tradición oral para hacer referencia directa a la porcelana china.

La leyenda del Willow Pattern

Desde 1849 hasta la fecha, el diseño, es ligado a una historia romántica sobre el desenlace trágico de dos amantes chinos, la que se estima fue inventada con posterioridad a la creación del diseño, todo esto con fines de promoción e intentando racionalizar las características icónicas del plato. La historia ha sido reinterpretada en varios poemas, leyendas y relatos. Cambiándole, agregándole o quitándole algunos sucesos y elementos. El relato con mayor aceptación es relatada por Portanova (2007) y cuenta la historia que un poderoso y rico Mandarín vivía en una lujosa mansión y trabajaba como oficial de aduanas para el emperador. Tenía un contador llamado Chang, quién realizaba el trabajo pesado, mientras que el Mandarín aceptaba sobornos de los comerciantes. Chang se había enamorado de Koong-See, la hija del Mandarín y ella correspondía su amor. Los enamorados solían encontrarse a escondidas entre los naranjos. Un día, el Mandarín se enteró del romance y mandó a construir una cerca para separarlos. Koong-See fue obligada por su padre a desposarse con un rico y viejo amigo, el duque Ta-Jin. Los amantes, dispuestos a reunirse y fugarse, huyeron de la casa con un baúl lleno de joyas a través de un puente, siendo perseguidos por el Mandarín. Koong-See y Chang escaparon en barco a una isla lejana, donde permanecieron felices. Pero un día el duque Ta-Jin se enteró de la isla y envió soldados a matarlos. Los soldados lograron asesinar a Chang. Ante este suceso, Koong-See prendió fuego a la casa con ella dentro. Finalmente, los dioses transformaron a los amantes en palomas inmortales, para que así permanecieran unidos por siempre.



Detalle de palomas en Willow Pattern de la fábrica Velle Bue, Inglaterra. Archivos en Printed British Pottery and Porcelain.

Existen una serie de otras versiones sobre la leyenda, la que parece más interesante es aquella en donde los amantes no son



Arriba. Derecha. Plato Willow de 1819 fabricado por Spode, Staffordshire, England. Colección de cerámica de Victoria and Albert Museum, Inglaterra.

transformados en palomas. Es por ello que se puede encontrar piezas antiguas sin esta característica.

Esta historia tuvo tal impacto que erróneamente se ha creído que corresponde a una leyenda china tradicional y no al ingenio inglés. Aunque existen fuentes que hablan de la originalidad de la leyenda, diciendo que fue contada en China hace más de mil años y llevada a Inglaterra por los cruzados desde los países orientales (Birks, 2003), Portanova (2007) enfatiza en que “la historia no es de origen chino ni tampoco el Willow Pattern, sino inventada en Inglaterra” (p.8).

El romanticismo detrás del diseño, cual fuere su origen, tuvo tal éxito que ya a principios del siglo XX se decía del Willow Pattern que “encarna todo lo que es mejor en este estilo de decoración” (Blacker, 1912, p.146), reconociendo su belleza y declarando su popularidad a la fecha, planteando que “si se eligiera un diseño que el público estime más que a cualquier otro, sería el Willow, el cual, desde el primer día de su producción en Caughly, debe haber aparecido en más de un millón de platos, tazas y platillos, que han sido distribuidos alrededor del mundo” (Blacker, 1912, p.342). Portanova (2007) coincide en esto, expresando que el Willow Pattern “es tal vez, el diseño de porcelana más conocido” (p.5).

19. La inicial B fue dada a conocer se manera oral por Roberto Zuchel, quién luego de buscarla en la imagen logra señalar su ubicación. Añadiendo que, si bien, desconocía si la imagen era una copia u original, sabía que el autor del diseño del plato era Benavente.

20. En 1963 Benavente ya trabajaba como encargado del departamento de diseño, y dos personas aseguran que en sus casas el plato ya existía en 1969.

El Willow de Benavente y Lozapenco

En un primer momento no se tuvo conocimiento de quién había realizado el Willow de Lozapenco, y si éste era un diseño importado o una creación original. Luego de algunas entrevistas, se confirmó la autoría del diseño y su autenticidad a través del hallazgo de una letra B¹⁹, en el interior de la iconografía, que correspondería a la letra inicial del apellido de su creador, Roberto Benavente . La información fue proporcionada por el testimonio de tres agentes de información: Ingrid Merlo (viuda), Marcelo Benavente (hijo) y Roberto Zuchel, este último fue quién señaló primero la información a la investigadora y la ubicación de la firma, dando testimonio de la intención del autor de identificar su obra por medio de la inicial de su nombre. Información que fue corroborada por la familia, añadiendo que esta práctica era clandestina.

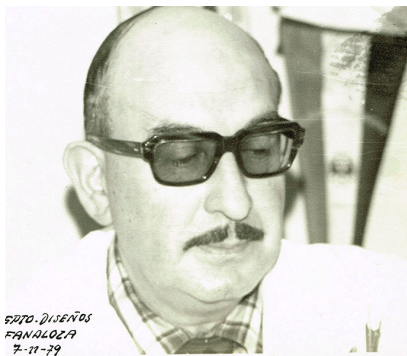
Roberto Benavente, quién fuera el encargado del departamento de diseño de Fanaloza y Lozapenco por más de 40 años, diseñó el Willow durante la década del 60', si bien, no existe claridad en la fecha exacta de creación, a la vista de los antecedentes y relatos de compra²⁰, se deduce que fue entre 1963 y 1969. Diseño, qué, distinto al señalado como Willow Pattern, fue llamado Willow, pero a diferencia del original inglés, no es reconocido públicamente por su denominación, salvo en el círculo comercial y de producción en el que estuvo presente.

Benavente en una entrevista al Diario el Sur (1989, octubre 12) declara que él no es dibujante, sino de profesión escultor, señalando que en un principio llegó a la fábrica a trabajar en sanitarios, pero que al poco tiempo fue cambiado al departamento de diseño donde sirvió de ayudante para un dibujante inglés, John Clunn, tomando su lugar luego de que éste volviera a Inglaterra terminado su contrato. Al respecto, Roberto Zuchel recuerda “era un dibujante muy



Arriba. Imagen digitalizada de calcomanía del plato Willow de Lozapenco. Facilitada por Roberto Zuchel S.

21. Roberto Benavente trabaja en fanaloza desde aprox. 1953 y en una de las fotos aparece sentado en la oficina de decorados con apariencia de “encargado” en 1963.

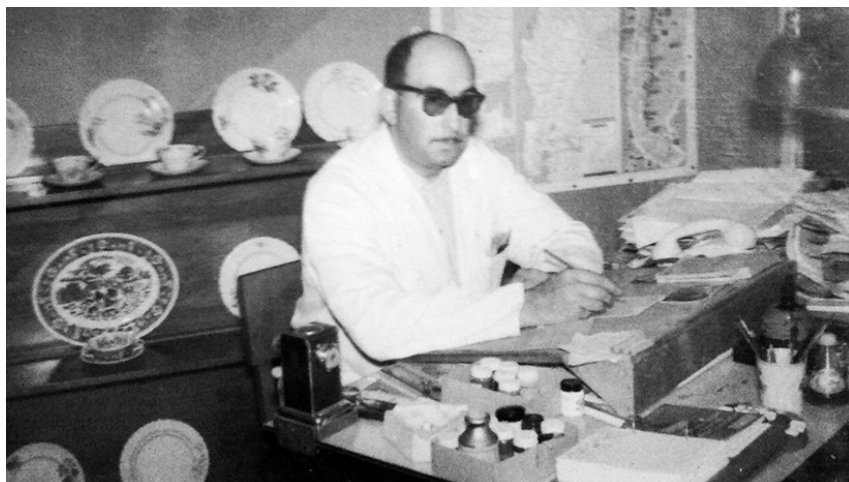


Arriba. Roberto Arturo Benavente Crisosto nació el 21 de mayo de 1922 y falleció el 21 de noviembre de 2005. Estudió en la Escuela de Bellas Artes de Santiago la especialidad de Escultura.

minucioso, por ejemplo la prueba que le hicieron a él, que siempre me contaba, cuando entró a la fábrica, el dibujante anterior era un alemán, entonces llega y le dice: “dibújame una hoja...” él tomó el papel y dibujó la hoja... y la dibujó hasta con la nervadura... entonces se quedó” (Comunicación personal, 26 de junio de 2015). Si bien el agente de información dice que el dibujante extranjero era alemán, en la entrevista realizada a Benavente en el diario El Sur, éste señala que la nacionalidad del dibujante era inglesa. Se presume un error en la declaración de Zuchel, por cuanto él sólo escuchó sobre él y no llegó a conocerlo.

No se conoce el tiempo exacto en que John Clunn y Benavente trabajaron juntos²¹, pero éste último enfatiza su gratitud expresando “me enseñó todo lo que sé” (p.10). Se conjetura que éste sería el “diseñador extranjero” del que hablamos en el primer capítulo y cuyo trabajo habría aumentado las ventas en los años 40’, y que habría vuelto a su país de origen a fines de la década del 50’. Es inevitable entonces, presumir la influencia de Clunn, en los trabajos de Benavente, tanto en la técnica y estilo, como en las temáticas decorativas.

Tampoco existe claridad sobre quién ponía nombre a los diseños de vajillas, si bien, la lógica indicaría que su autor, esto no es imperativo. No obstante, al preguntarle a Marcelo Benavente si era su padre



Arriba. Roberto Benavente en su oficina y taller, en febrero de 1963. Archivo privado Familia Benavente Merlo.

quién nombraba los diseños, dijo no tener certeza en la respuesta, pero exclamó recordar que don Roberto había nombrado el diseño de una vajilla floreada como una de sus nietas, Tiffany.

Como se señaló al inicio de este capítulo, a primera vista la relación entre el Willow Pattern y el Willow de Lozapenco, además del nombre, era que ambos ostentan un paisaje azul.

Roberto Zuchel, de manera espontánea, se refirió al término “Willow” como todos los platos con decorado azul, declarando también que “el Willow verdadero es el de la casa, el molino, una persona y los árboles” añadiendo “después dependía del que dibujaba...le agregaban o le quitaban cosas”. Cuando se le preguntó si creía que el plato era una creación original o si se habían copiado algunas partes, expresó: “tiene que haber sacado piezas de otras partes, esto viene de atrás, a él tienen que haberle traído un dibujo del verdadero Willow o un plato y él lo copió y le colocó de su cosecha” (Comunicación personal, 26 de junio de 2015).

22. Cuando se busca a través de hashtags willow en instagram o pinterest un número considerable de personas etiqueta cualquier plato azul con blanco, como “willow”.

No fue posible corroborar en documentos que el nombre “Willow” respondiera a una denominación común de los platos azules, no en los últimos siglos por lo menos, ya que toda referencia bibliográfica que se refería a éste decía relación con el Pattern específico de estética oriental. Sin embargo, en una búsqueda menos formal y a través de algunas redes sociales²² fue posible reconocer dicha costumbre, quizá al igual que antes de 1979, la tradición oral popular actual considere como Willow, a cualquier diseño en azul. No obstante, surge ante esta posibilidad la pregunta: Si la denominación Willow era referida al color azul ¿por qué se manufacturo también en verde y café?

Ante los nuevos antecedentes parece pertinente cuestionarse si la



Cynthia Aguilera Fernández

Arriba. Acercamiento a manos de Roberto Zuchel indicando la ubicación de inicial B.

historia romántica detrás del Willow inglés tendría cabida o no en la iconografía del Willow de Lozapenco. Esto ayudaría a confirmar si Roberto Benavente conocía la leyenda detrás del nombre al momento de diseñarlo, o no. De lo que sí existe certeza, es de que Benavente sí la conocía, o una interpretación de ella, en la década de los 80', ya que le relató a sus hijos una historia de similares características, pero en relación a un plato distinto y en color verde, del que no se ha podido establecer el nombre comercial, pero que sí responde iconográficamente al Willow inglés con estética oriental. Al respecto Marcelo Benavente cuenta que cuando su padre hacía dibujos les contaba historias, y refiriéndose al plato expresa:

“...decía que este era un castillo (indicando la estructura más grande) y vivía una princesa, y acá (indicando la estructura más pequeña) vivía un chiquillo de bajo nivel. Los dos se enamoraron, pero los papás de éstos no estaban de acuerdo con la relación. Entonces ellos estaban tan enamorados que los papás le hablaban, pero no hacían caso. Entonces pasó que el papá mandó a matar al joven, por eso es que hay dos hombres con una espada (refiriéndose al los hombres del puente)” (M. Benavente, comunicación personal, 27 de junio de 2015).

No deja de llamar la atención que en la enunciación de la historia, Marcelo Benavente, utilice el término castillo, para referirse a la casa más grande en un plato con evidente estética oriental. Existe, entonces, cierta confusión en el conocimiento que habría tenido Roberto Benavente sobre el Willow Pattern inglés al momento de crear el diseño, y que habría compartido con su familia. No obstante, parece difícil que no la conociera, habiendo tenido como mentor a un diseñador inglés, que según la información obtenida, era un profesional diestro en el tema y considerando también la fama internacional del Pattern.

Capítulo III
Un paisaje azul

La imagen

El plato Willow de Lozapenco, se constituye como el soporte en el que fueron estampadas las imágenes de su decorado, entendiendo el concepto de imagen en su acepción más común, la de representación visual. Por su parte, Moles (2002), define la imagen como “soporte de la comunicación visual que materializa un fragmento del entorno óptico (del universo perceptivo) susceptible de subsistir a través de la duración y que constituye uno de los componentes principales de los medios de comunicación de masas” (Moles, 1991, p.24). A su vez, Moles hace referencia a la imagen como una representación material, cuya materialidad nos remite mentalmente a una cosa, y más precisamente a un objeto, por cuanto ésta es fabricada, lo que se explicó en el capítulo anterior. Adquiere entonces, la imagen, una dualidad en la que existe como objeto en el mundo, pero también es el objeto al que se refiere. Para el autor una imagen se caracteriza, entre otras cosas, por el grado de figuración, el que “corresponde a la idea de representación a través de la imagen de los objetos y seres conocidos intuitivamente a través de nuestra vista como pertenecientes al mundo exterior” (p. 34).

Villafañe (2006), plantea la dificultad que se presenta al tratar de definir el concepto imagen, ya que éste “comprende otros ámbitos que van más allá de los productos de la comunicación visual y del arte” (p.29), como lo es el pensamiento, la memoria, la percepción y la conducta. Expone también, que toda imagen es poseedora de un referente en la realidad, sin importar cual sea su grado de iconicidad, su naturaleza o a través de que medio es producida (Santos, 2013). Esta referencia en la realidad, existe en distintos niveles, generando así el concepto de nivel de realidad de una imagen, que se constituye en un “criterio taxonómico que se basa en la semejanza entre una imagen y su referente y que se expresa a través del grado de iconicidad” (Villafañe & Mínguez, 2002).

Grado	Nivel de realidad	Criterio de adscripción	Ejemplo
1	Imagen natural	Restablece todas las propiedades del objeto. Existe identidad.	Cualquier percepción de la realidad sin más mediación que las variables físicas del estímulo.
2	Modelo tridimensional a escala	Restablece todas las propiedades del objeto. Existe identificación pero no identidad.	La Venus de Milo
3	Imágenes de registro estereoscópico	Restablece la forma y posición de los objetos emisores de radiación presentes en el espacio	Un holograma.
4	Fotografía en color	Cuando el grado de definición de la imagen este equiparado al poder resolutorio del ojo medio.	Fotografía en la que un círculo de un metro de diámetro situado a mil metros, sea visto como un punto.
5	Fotografía en blanco y negro	Igual que el anterior.	Igual que el anterior.
6	Pintura realista	Restablece razonablemente las relaciones espaciales en un plano bidimensional.	<i>Las meninas</i> de Velazquez.
7	Representación figurativa no realista	Aún se produce la identificación, pero las relaciones espaciales están alteradas.	<i>Guernica</i> de Picasso. Una caricatura de Peridis.
8	Pictogramas	Todas las características sensibles, excepto la forma, están abstraídas.	Siluetas. Monigotes infantiles.
9	Esquemas motivados	Todas las características sensibles abstraídas. Tan solo reestablecen las relaciones orgánicas.	Organigramas. Planos.
10	Esquemas arbitrarios	No representan características sensibles. Las relaciones de dependencia entre sus elementos no siguen ningún criterio lógico.	La señal de circulación que indica «ceda el paso».
11	Representación no figurativa	Tienen abstraídas todas las propiedades sensibles y de relación.	Una obra de Miró.

Cuadro N°1. Escala de iconicidad para la imagen fija aislada (Villafañe, 2006, pp. 41-42.)

Villafañe, establece escalas de iconicidad, a través de las cuales se puede evaluar el nivel de realidad que posee una imagen. En el cuadro N°1, se observan escala de iconicidad, con once niveles de realidad. Al identificar el nivel de realidad de las imágenes del objeto de estudio, se consideró que predomina en ellas la representación figurativa no realista, no obstante, en la cenefa decorativa se presenta menor iconicidad, ya que algunos de sus elementos son pictográficos.

La *representación figurativa no realista* casi siempre cumple una función artística.

Se debe tener presente que la expresión artística no despoja a la imagen de su intencionalidad comunicativa (Villafañe & Mínguez, 2002).

Método Iconográfico

Rojas Mix (2006), señala a la iconografía, del griego eikón (imagen) y graphein (escribir), como una colección de imágenes, diferenciándola de Rojas Mix (2006), señala a la iconología, del griego eikón (imagen) y logos (decir), a la que se refiere como representación mental que estudia lo que dicen las imágenes. Diferenciación que ya habría establecido Panofsky (1983) al definir la iconografía como “rama de la historia del arte que se ocupa del asunto o significación de las obras de arte, en contraposición a su forma” (p.45), entendiendo que la significación acá referida, advertirá el asunto desde el “universo de temas o conceptos específicos manifiestos en imágenes, historias y alegorías” (p.48). Para Panofsky esta significación sería definida como secundaria o convencional, en contraste con la que definiría como significación primaria o natural y que diría relación con el concepto de pre-iconografía, es decir, el procedimiento que antecede a la iconografía, a través del cual se identificarían las formas visibles aprendidas por la experiencia práctica, desde la esfera de lo fáctico y lo expresivo. Por su parte, la iconología, para Panofsky sería “un método de interpretación que proviene más de una síntesis que de un análisis” (p.51), por cuanto constituye una significación intrínseca o de contenido, entendiéndose ésta como aquella que se aprende investigando los principios subyacentes, que a través de la significación iconográfica, manifiestan la mentalidad de una nación, época, clase social, religión o filosofía, y que matizados por la personalidad de un autor se sintetizan en una obra.

Panosfky, a través de sus planteamientos crea un método de estudio de la obra artística, con tres niveles de estudio: la descripción preiconográfica, el análisis iconográfico y la interpretación iconológica. Para Rodríguez (2005) el método de Panofsky propone

un estudio en el que la obra es analizada como una expresión cultural, cuya complejidad va más allá de los rasgos estéticos y su técnica.

La utilización del método de Panosky sobre el objeto de estudio parece el más idóneo, considerando que su enfoque es más intelectual que sensible, otorgando a la vez, mayor libertad metodológica e interpretativa que un estudio basado en la teoría de la imagen, como los planteados por Villafañe o Moles con énfasis en la taxonomía y la gramática formal, aspectos que, si bien, serían enriquecedores para el estudio, no responden esencialmente al objetivo de esta investigación.

Se procederá entonces a estudiar al objeto de estudio en los tres niveles de significación planteados por Panofsky, pre-iconográfico, iconográfico e iconológico. El primero tendrá como objetivo la identificación y descripción de la iconografía, lo más detallada posible y en relación a la experiencia práctica de la investigadora y al nivel de iconicidad de la imagen.

En el capítulo anterior, se expusieron los antecedentes respecto al título y las interrogantes que éste generaba, planteándose la necesidad de realizar un estudio más acabado de la iconográfica para determinar si la historia romántica detrás del Willow Pattern tendría o no cabida en la iconografía del Willow de Lozapenco. Éste será el primer ejercicio en el nivel iconográfico. Luego se indagará en los elementos iconográficos de la obra del objeto, intentando identificar su referencia en la realidad, para esclarecer el asunto o tema de la obra. Finalmente y luego del estudio iconográfico, se estará en una mejor posición para interpretar el sentido intrínseco de la obra, el simbolismo que se manifiesta en los distintos elementos y la intencionalidad comunicativa del autor.

Aplicación del Método Iconográfico

Nivel pre-iconográfico

La obra del objeto de estudio es una composición bidimensional estampada sobre un soporte cerámico circular.

23. La peonía es una planta ornamental perenne, originaria del sudeste de Europa, que caracterizada por tubérculos subterráneos y su tallo liso del que emergen hojas fragmentadas. En el ápice de sus tallos se forman flores blancas o de color vino. La peonía es una planta ornamental que se caracteriza por sus tubérculos subterráneos y su tallo liso, ramificado y cubierto de hojas fragmentadas. En el ápice de los tallos aparecen unas flores grandes y hermosas que pueden ser blancas o de color vino.

En su borde presenta elementos decorativos en forma aparentemente modular en el que destaca la presencia de un tipo de flor parecido a la peonía²³ con sus hojas, acompañada de elementos ornamentales, cuyo fondo está formado por líneas verticales, que al llegar al borde son superpuestas por pequeños círculos blancos sobre una banda azul rodeando todo el perímetro, plegados por su parte superior a dos corridas de semicírculos continuos e interpuestos que generan terminación en ondulación.



Cynthia Aguiñera Fernández

Detalle de cenefa (borde decorativo) del plato Willow de la fábrica Lozapenco.

24. El Geranio es una planta herbácea y perenne originario de Norteamérica. Sus hojas simples, tienen forma de riñón. Posee flores hermafroditas, de colores blanco, rosado y rojo con cinco pétalos. En Chile se lo conoce comunmente como cardenal.

En el segmento inferior del centro se observa un conjunto de flores con sus respectivas hojas, unas con la misma apariencia que las enunciadas en el párrafo anterior, peonías, y otras más pequeñas con apariencia similar al geraneo²⁴, todas ellas forman una composición que se superpone a un paisaje, las flores son grandes en relación a este último y hay menor aplicación de luz y sombra que en los otros elementos del paisaje.



Detalle de conjunto de flores decorativo ubicado en el segmento inferior del centro del plato Willow de la fábrica Lozapenco.

El paisaje abarca el centro circular completo. Por su izquierda se advierten dos especies diferentes de árboles que se pronuncian por detrás de una casa de dos pisos, aparentemente de piedra, con una chimenea apagada y seis ventanas entre las que destaca un balcón. Al lado de la puerta de salida y bajo una pequeña ventana se observa un objeto con características de rueda de madera. Detrás de la casa emerge una cerca de madera que se pierde luego en el follaje, delimitando el inicio de una forma lacustre. Al lado derecho del círculo, y detrás de la vegetación floreada, se irgue un árbol de concentrado follaje del mismo tipo que uno de los que se ubicaba posterior a la casa.

En el lago se identifica un bote a vela en el que se observan dos siluetas humanas. Hacia el final de la representación y poco antes del centro, se percibe relieve geográfico y cuatro árboles, tres de la misma especie, con una estructura similar al álamo, y uno con follaje diferente que presenta características de sauce. Sobre el relieve geográfico se empina un castillo de torres en punta. El cielo es representado con nubes.

En relación a la técnica del dibujo, se distingue la utilización de puntos y líneas, con algún tipo de tinta, ya que se perciben distintos valores de línea en los elementos de la composición.



Cynthia Aguilera Fernández

Paisaje decorativo ubicado en el centro del plato Willow de la fábrica Lozapenco.

Nivel iconográfico /

Willow Pattern & Willow de Lozapenco

Para comparar ambos diseños se debe primero conocer la significación primaria o natural de la iconografía del Willow Pattern. Portanova (2007) lo describe como:

“En un paisaje imitando el estilo chino, hay un árbol de sauce en el centro de la composición. Una gran construcción está en la derecha en primer plano con un techo adornado, con una construcción más pequeño a la izquierda y una variedad de árboles a la derecha. En el primer plano, por lo general, hay una cerca en zigzag. Un puente es situado debajo del sauce, sobre los cuales tres figuras están caminando hacia un pequeño pabellón: la primera sostiene un bastón, el segundo un objeto rectangular generalmente identificado como una caja, y el tercero lo que se suele describir como un látigo. Sobre el puente se puede ver un barquero guiando su barco hacia la derecha, mientras que detrás de él hay una isla con una o dos casas y a veces otras islas en el fondo. A menudo hay dos palomas volando en el centro de la composición” (p.6).

Por su parte, el Willow de Lozapenco es un paisaje occidental, también con un sauce ubicado justo bajo el centro, pero con menor protagonismo que en el diseño inglés. También hay acá una gran construcción, un castillo, pero al contrario que en el Willow Pattern inglés, acá se encuentra en el último plano de la composición, erguido sobre una montaña, sin otra construcción al lado, ni árboles. La cerca en el Willow de Lozapenco no es zigzag y se encuentra en el segundo plano. No hay ni puente, ni personas cruzándolo en esta representación. Tampoco hay un barquero, pero si un bote a vela con siluetas humanas en medio del lago. En el



Decoración del centro de plato de origen inglés, ca. 1826-1841, de la fábrica Belle Vue. Colección de cerámica de Victoria and Albert Museum, Inglaterra.

último plano del Willow Pattern, se observa una isla con una o dos casas, sin embargo en el de Lozapenco, es en el primer plano que hay una casa, dejando la cuenca lacustre como separación entre ella y el castillo. No se puede especular acá sobre la existencia o no de una isla, pues en cualquier caso, la perspectiva de la obra impediría saber cuál de las construcciones se ubica sobre ella. El último elemento de comparación serían las palomas volando. En el objeto de estudio estos elementos no están presentes, sin embargo y como se refirió anteriormente, no siempre están en los diseños del Willow Pattern.

Nivel iconográfico /

El paisaje occidental

Se ha definido a la obra como un paisaje occidental, por cuanto en su iconografía hay presentes imágenes figurativas con referentes en la arquitectura occidental, el castillo y la casa.

El castillo en su sentido amplio es definido por Santiago (2006) como “una construcción defensiva que puede presentar una amplia tipología dependiendo de su función específica: defensa estratégica del territorio, protección de la población, posición de vigía, residencia de representación de la aristocracia...” (p.60). Si bien, el castillo existe desde el siglo VI, es en la edad media donde toma mayor protagonismo y surge arquitectónicamente en lo que hoy reconocemos como castillo clásico. Existen distintas tipologías de castillos, pero acá se hablará de la que corresponde a la representación figurativa de la obra.

Durante la baja edad media en entre los siglos XIV y XV, prolifera el estilo artístico gótico en la arquitectura, estilo que en la búsqueda de altura y luminosidad, propondrá la utilización de fachadas y arcos apuntados. Es así como muchos de los castillos de este periodo se caracterizan por torres en punta, un ejemplo de ello son el castillo Alcázar de Segovia y el de Eltz en Alemania. A su vez, se difunde en esta época la edificación de castillos cerca de lagos y lagunas, por el beneficio que esta ubicación traería en la defensa. Además será en estos años que el castillo experimentará la evolución de estructura defensiva, a convertirse en representación de riqueza y poder (Santiago, 2006).

Liddiard (2010), plantea que los castillos han influido en el paisaje y viceversa. “El impacto del castillo en el entorno natural se manifestó de distintas maneras, pero claramente los paisajes regionales afectaron la naturaleza del castillo” (p.22). El autor expresa también



Detalle de castillo, parte del paisaje estampado en el plato Willow de la fábrica Lozapenco. Imagen optimizada de la digitalización de calcomanía de diseño Willow de Lozapenco.

que algunas investigaciones han reconocido la modificación del paisaje circundante al castillo, únicamente con fines estéticos.

Durante la segunda mitad del siglo XIX el castillo adquirirá un sentido más romántico, ya que la alta sociedad y el arte, buscarán recuperar las formas medievales, se volverán a realzar las formas góticas y se construirán nuevos castillos, esta vez bajo ninguna necesidad de defensa militar y motivados por la naturaleza evocativa del paisaje (Santiago, 2006). Uno de estos castillos construidos como palacios, es el castillo de Neuschwanstein, en Alemania. Éste es quizá el más paradigmático y al que podría responder la iconicidad del castillo en el Willow de Lozapenco, principalmente por la confluencia de similitudes en torno a su arquitectura y la geografía que lo acompaña.



Fotografía de Castillo de Neuschwanstein en Baviera, Alemania. Construido por ordenes de Luis II de Baviera, en 1866.



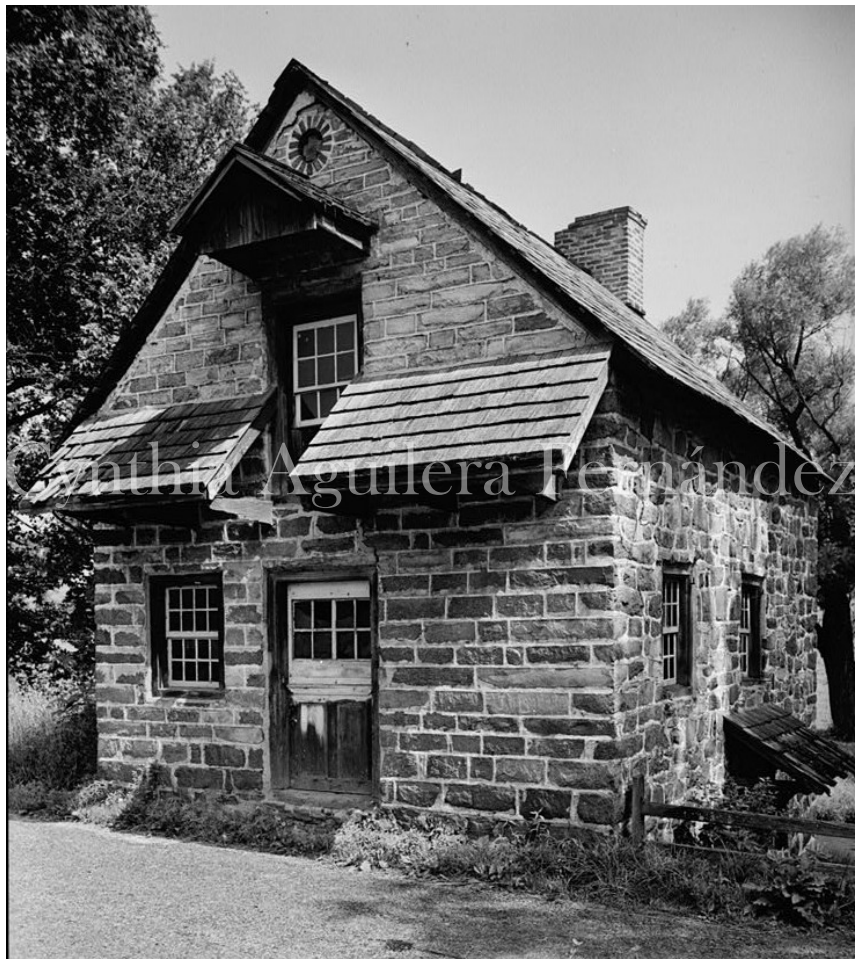
Arriba. Detalle de casa, parte del paisaje estampado en el plato Willow de la fábrica Lozapenco. Imagen optimizada de la digitalización de calcomanía de diseño Willow de Lozapenco.

La casa tiene una arquitectura occidental, sin embargo encontrar su origen es un ejercicio más complejo que el anterior, teniendo en consideración que las construcciones arquitectónicas en toda región del mundo se ven influenciadas por otras. No siempre una casa es edificada bajo el estilo común del lugar de construcción, sino que puede ser influida por edificaciones originales de otra región. A pesar de ello y luego de la búsqueda de casas rurales en Europa y la observación del profesor y arquitecto de la Universidad de Chile, Hans Stange Marcus, quién expresó que la construcción presentaba características de cabañas alemanas. Se dirigió la búsqueda en esa dirección y particularmente en la arquitectura alemana en Chile, por cuanto se consideró mayor cercanía con el imaginario del autor.

Prado, D'alencon y Kramm (2011), realizaron un análisis de las influencias de la arquitectura alemana en Chile, estudiando la evolución tipológica de las viviendas localizadas al sur del país. Sin embargo es importante señalar que al no ser la investigadora especialista en arquitectura existen alcances teóricos y conceptuales que no son manejados por esta investigación, no obstante ello, se pudo determinar que la casa en el objeto de estudio, presentó características similares a la tipología denominada Kolonistehaus. Los autores la definen como una construcción propuesta para la colonización de territorios. Dentro de sus características está su estructura en base a un entramado de madera relleno con barro y techo cubierto de tejas, llamada techumbre tipo Krumwal-dach.

Las Kolonistehaus tienen presencia en Norte América, principalmente en el estado de Pensilvania.

No se encontró referencia en la realidad de todas las características de la casa representada. No obstante, “es claro que algunos elementos que se transmitieron a la arquitectura colonial del sur tuvieron mayor fuerza y transcendencia que otros, es más, los supuestos existentes para responder lo anterior son variados y difusos” (Prado, D’alencon y Kramm, 2011).



A la derecha. Casa histórica conocida como De Turck House, ubicada en Oley, Pennsylvania, Estados Unidos. Fue construida alrededor del año 1767, con estilo de Kolonistehaus. Suele ser caracterizada como salida de los cuentos de los hermanos Grimm. Archivo de Library of Congress (2016).



Arriba. Detalle de árboles al fondo del paisaje estampado en el plato Willow de la fábrica Lozapenco. Imagen optimizada de la digitalización de calcomanía de diseño Willow de Lozapenco.

En la iconografía se puede reconocer diferentes tipos de árboles. Los que tienen mayor nivel de representación son los que se encuentran sobre el cordón montañoso, con apariencia de álamos, y el que se encuentra en la rivera del lago, con apariencia de sauce. Este último, si bien, está presente en ambas representaciones, inglesa y chilena, posee características distintas, en la obra nacional el árbol es más pequeño y difícil de ver a primera vista, en cambio, en el Willow inglés tiene un mayor protagonismo.

Los otros árboles, que cierran la composición poseen un nivel de iconicidad menor. Lo que podría encontrar razón en el hallazgo de una calcomanía encontrada en la misma carpeta que la del objeto de estudio, y cuyos árboles poseen similar síntesis gráfica que el follaje de dos de los árboles del Willow de Lozapenco.

Tras el hallazgo de esta calcomanía se evaluaron distintas posibilidades que dieran respuesta a la similitud del trazo, la técnica y la composición de ambos diseños. Recordando, que en el capítulo anterior Roberto Zuchel se refirió al “Willow original” como aquel que tenía una casa, un molino, una persona y árboles, éste sería el diseño al que él se refería, sin embargo, éste no tendría relación temática alguna con el Willow Pattern, sino que, sería una reproducción con otra técnica y en un solo color, de un diseño llamado Aurora Molino Viejo de la fábrica cerámica Pickman - La Cartuja de Sevilla, España. Por su parte el diseño Aurora Molino Viejo, es a su vez una reproducción de la obra de 1751 del destacado pintor francés François Boucher, denominada “El Molino” y realizada bajo el estilo artístico del rococó.

François Boucher es reconocido por obras en las que abundan escenas pastoriles y mitológicas, las que representan claramente la



Arriba. Detalle de árboles detrás de la casa en el paisaje estampado en el plato Willow de la fábrica Lozapenco. Imagen optimizada de la digitalización de calcomanía de diseño Willow de Lozapenco.

Cynthia A. Rodríguez



Arriba a la derecha. Calcomanía encontrada en carpeta de calcos de Lozapenco. Se desconoce el origen. Facilitado por Roberto S.



Arriba. Plato llano diseño Aurora Molino Viejo de la fábrica cerámica Pickman - La Cartuja de Sevilla, España.



Arriba. Detalle de bandeja de porcelana, de 1761, pintada por Charles-Nicolas Dodin copiada de una escena pintada por François Boucher, para la fábrica de Porcelana, Vincennes and Sevres, Francia.

gracia y sensualidad del movimiento rococó, del siglo XVII, siendo su principal aliciente la función decorativa. En este sentido, Laing (1986) ex curador del museo de Louvre en París, donde se encuentra la obra a la que se hace alusión, expresa que Boucher más que otros pintores de la época, ha representado el gusto francés y que “la reproducción o interpretaciones de su trabajo en otros medios, tapices y porcelana en particular, han contribuido a la difusión de un deseo de estilo, hasta antes de que el revuelo neoclásico fuera la norma en Europa” (p.7).

En 1765, François Boucher, es nombrado diseñador de la Real Fábrica de Porcelana, Vincennes and Sevres. Lo que marcaría la intervención de sus obras artísticas sobre porcelana en la vida cotidiana de la aristocracia francesa.

Si bien, en la mayoría de sus obras las escenas de opulencia y desnudez eran comunes, el desarrollo de obras en el género pastoril significó una alternativa para aquellos cansados de la pomposidad reflejada en pinturas que resaltaban la sociedad cortesana de la época, no obstante, la particularidad del autor lo llevó a convertir el paisaje pastoril en un paraje con elegantes damas y caballeros. Es por esto último que llama la atención la serie de pinturas entre las que está “El Molino” y que se escapan a los conceptos del arte rococó, realzando la vida más humilde y evitando elementos suntuosos.

La reproducción de “El Molino” en la calcomanía encontrada en la carpeta de archivos de Lozapenco, contiene casi todos los elementos iconográficos del original, salvo el niño que esta junto a la mujer. En la reproducción simplificada, de origen desconocido, en lugar un niño hay un canasto.



Arriba. Óleo sobre lienzo. 66 x 84 cm. de François Boucher, creada en 1751 y llamada "El Molino". Colección de Museo del Louvre. París.



Nivel iconográfico /

Los elementos ornamentales

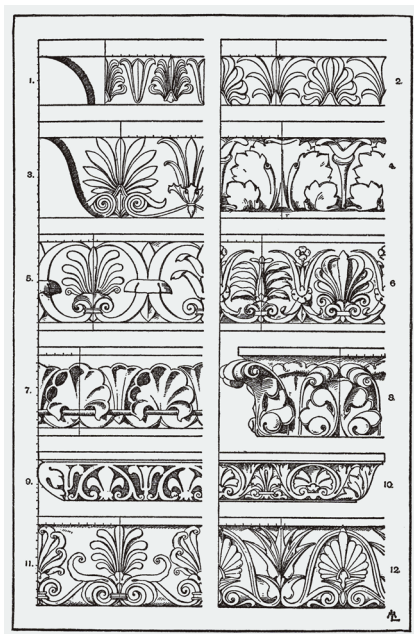
Arriba. Detalle de cenefa decorativa del plato Willow de la fábrica Lozapenco. Imagen optimizada de la digitalización de calcomanía de diseño Willow de Lozapenco.

Los elementos ornamentales de la obra parecen ser vernáculos, principalmente la composición floral que precede al paisaje, ya que es posible especular con los referentes de las representaciones florales, como la referencia ya hecha a cardenales (geraneo) y peonías. Por el contrario, la composición que rodea la cenefa del plato, tiene un nivel de complejidad mayor y un nivel de iconicidad menor, constituyéndose la mayoría de su iconografía como pictogramas.

Se define ornamento como adorno o motivo decorativo que sirve para embellecer una cosa. Por su parte, el arte ornamental está relacionado directamente con la arquitectura y el arte decorativo de objetos. A razón de esto, la mayoría de los ornamentos que podemos ver en documentos, libros, arte, impresos y diseño textil, son la representación bidimensional de estos ornamentos, por lo que es posible percibir en ellos distintos estilos.

Durante la edad media la utilización del ornamento aumentó a través del arte romántico y gótico, para decaer en el renacimiento y renacer con ahínco en la edad moderna con el manierismo, el barroco y rococó.

La utilización de flores como elemento ornamental en las cenefas de platos, se utiliza desde los inicios de la decoración en porcelana en oriente, pero se agudiza hacia fines del siglo XIX en Inglaterra (Printed British Pottery and Porcelain, 2014). Lo que coincide con el surgimiento del movimiento de Artes y Oficios (Arts and Crafts), movimiento fuertemente influenciado por el arte medieval y los elementos góticos, que se caracterizaría por el anhelo de volver al desarrollo de productos de alta calidad de forma artesanal, reprochando la industrialización y la producción masiva, tanto por



Ilustraciones a mano de ornamento para cimacio, utilizados en la arquitectura desde la época clásica hasta el siglo XIX. Meyer (1849).



Arriba. Detalle de cenefa de plato llano diseño Imperio Atenea de la fábrica cerámica Pickman - La Cartuja de Sevilla, España.



Arriba. Detalle de cenefa de plato llano diseño Aurora Ceilan de la fábrica cerámica Pickman - La Cartuja de Sevilla, España.

el mal gusto en el diseño de los productos, como por las implicancias sociales y económicas que ésta estaba teniendo. En este periodo los artistas y diseñadores enfatizan en el estudio de la flor como elemento compositivo en diversos soportes. Destacando William Morris, quién en sus diseños, explora en formas más simples la libre disposición de diferentes flores y su repetición simétrica, creando patterns que quedan plasmados en sus diseños textiles y tapices. Otro exponente se similares características sería William Morgan quién destacaría por la utilización de la cerámica como soporte.

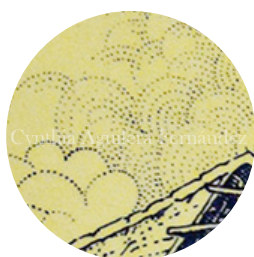
Considerando el posible vínculo decorativo descubierto entre la fábrica chilena y La Cartuja de Sevilla, a modo de ejercicio se buscaron otras posibles conexiones, encontrando algunos decorados de cenefa que tienen algunas características pictográficas similares a las del objeto de estudio.



Arriba. Detalle de papel mural diseño de William Morris 1877. Publicado por Morris & Co. Impreso por Jeffrey. Colección de Impresos, Dibujos y Pinturas de Victoria and Albert Museum, Inglaterra.

Nivel iconográfico /

El género y estilo artístico



Arriba. Detalle de cielo en calcomanía de origen desconocido, encontrada en carpeta de calcos de Lozapenco. Facilitado por Roberto Zuchel S.



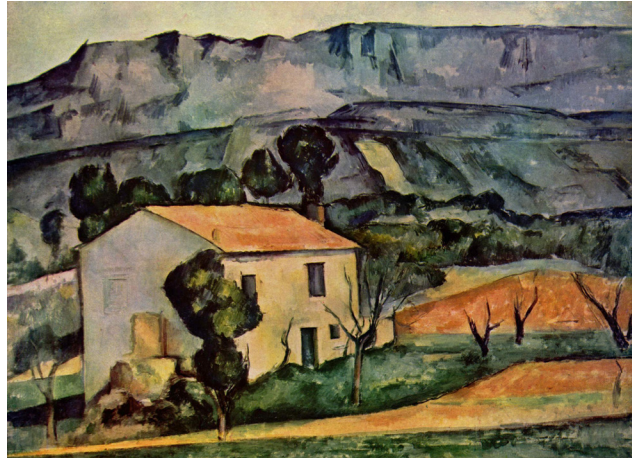
Arriba. Detalle de cielo y relieve geográfico en paisaje decorativo del plato Willow de la fábrica Lozapenco. Imagen optimizada de la digitalización de calcomanía de diseño Willow de Lozapenco.

Como ya se ha insinuado, la obra responde al género artístico del paisaje pastoril. El paisaje pastoril o también llamado bucólico, suele expresar una visión idealizada de la vida rural (Rojas Mix, 2006). Himmelmann (1974) plantea que lo bucólico ha sido entendido, desde el siglo III, como “representación alegórica de una vida de paz y felicidad” (p.142).

Desde otra perspectiva, el paisaje, en esta representación, se refiere a una mirada colonizada de la naturaleza, ya que se entiende por ésta, aquellas en las que se deja ver la intervención del hombre en el paisaje, ya sea a través de construcciones, cultivos, casas, u otros elementos que combinados con relieve geográfico y planos de agua, otorgan al receptor la representación de una naturaleza colonizada, acá la naturaleza no se percibe amenazada sino que el hombre la ha hecho suya. Un claro ejemplo de este tipo de paisajes lo encontramos en las obras del pintor francés Paul Cézanne (Rojas Mix, 2006).

En relación al estilo y técnica utilizada para el desarrollo de la representación visual, se observa un grado de puntillismo en la obra, no obstante, se debe tener en cuenta que esta es una copia estampada de un original, por lo que la técnica no se observa en su realización original.

Roberto Zuchel, respecto a la técnica utilizada por Benavente, relata que éste “trabajaba con puras plumillas, pero finísimas... la plumilla a ti te enseña a dibujar con puras líneas, con eso tú vas dando las sombra” (Comunicación personal, 26 de junio de 2015). Por su parte, Ingrid Merlo, comentó que don Roberto “trabajaba con tinta china, hacia puros puntitos, si usted se acerca no son rayas, son puntitos” (Comunicación personal, 26 de junio de 2015).



Arriba. Óleo sobre lienzo "Casa en la Provenza" de Paul Cezanne, 1886.

A través de algunas fotografías como la que aparece en la pág. 78 del capítulo anterior, se logra ver el entorno de trabajo del autor, y es posible observar algunos de los instrumentos que usaba tales como: plumillas, tinta china, cuenta hilo, entre otros. No se podría declarar con exactitud la técnica utilizada, pero sí se puede confirmar la utilización de plumillas y tinta china. En la obra se evidencia claramente el uso de puntos en el cielo, relieve geográfico y en algunas partes de los elementos florales y vegetales, lo que tiene gran similitud con la técnica utilizada en la calcomanía de origen desconocido que se encontró y que podría ser el referente.



Arriba. Detalle de obra "Antibes, la nube rosada" de Paul Signac, realizada en 1916 con la técnica del puntillismo.

Al ser la pieza estampada, es posible que la tinta se haya reventado en algunos de los elementos, o bien que se haya utilizado una técnica mixta. Esto último toma más sentido al observar los elementos iconográficos de la cenefa, ya que el trazo es más claro y se evidencia un trazo continuo, donde los puntos parecieran ser utilizados sólo para dar luz y sombra. Por su parte, el puntillismo, responde al estilo artístico del Neoimpresionismo, que se desarrolló a finales del siglo XIX, y su principal característica es la utilización de colores en su estado puro, a través de puntos que ubicados unos al lado del otro o yuxtapuestos, van formando la luz, el brillo y los colores, que al no ser mezclados, sino creados a través de su propia descomposición, crean un sistema armónico, lo que queda claro al ver obras de sus principales exponentes como lo son Georges Seurat y Paul Signac. Si bien, se podría establecer algún tipo de relación técnica entre el puntillismo y la obra en cuestión, su naturaleza monocromática limita un mayor acercamiento, pues si bien hay uso de puntos para la formación de luz y sombras, no es posible identificar el principal rasgo del movimiento artístico que sería la particularidad en el uso del color, razón por la cual no es posible asegurar que éste fuera una inspiración directa para el autor.

Nivel iconológico

Hecha la comparación de elementos iconográficos realizados en el nivel anterior, entre el Willow de Lozapenco y el Willow Pattern, es necesario recordar el argumento de la historia detrás del segundo. La leyenda, relata un amor prohibido entre una joven rica y un joven pobre, que huyen a una isla para evitar ser separados, pero que luego de un tiempo son encontrados y ambos mueren trágicamente. La leyenda nos expone el tópico del amor con el motivo del amor imposible.

Hasta el momento los únicos elementos que se encuentran presentes en ambos diseños de platos son el sauce y el bote. Ahora bien, la presencia del castillo, en su sentido de residencia de la aristocracia, podría simbolizar, en el paisaje, un poder económico y social, así como lo hace la casa más grande en el Willow Pattern, contrastándose a un poder económico menor, la casa más pequeña, también separada por un cuerpo de agua. Por otra parte, en el bote del Willow de Lozapenco, es posible observar dos siluetas humanas, no obstante, no se puede determinar el sexo al que responderían las siluetas, sí es posible relacionarlo con la pareja que escapa, considerando que se encuentra en plena navegación, lo que podría ser interpretado como un paseo o viaje, en este último ambas construcciones toman más sentido, pues todo viaje tiene un lugar de partida y un destino.

Si bien, es difícil no caer en apreciaciones arbitrarias en la interpretación, la concurrencia de elementos comunes entre ambos diseños expondría que ello es más que producto de una coincidencia, llevando a creer que los elementos del Willow de Lozapenco fueron creados artificiosamente en base a un relato de similares características a las de la leyenda del Willow Pattern.

Cuando se analizó el castillo y la casa, se percibió una inclinación a la estética alemana, pues tanto la casa como el castillo encontraban mayor grado de iconicidad en ese tipo de arquitectura. Roberto Benavente creció en el sur de Chile y se habría casado en primeras nupcias con una señorita de ascendencia Alemana, que gozaba de gran bienestar económico, con la que luego de algunos años habrían terminado la relación. Lo que significa que, por algunos años, el autor tuvo cercanía con la cultura Alemana, lo que podría haber influido en el imaginario personal del autor.

La denominación del diseño, la utilización del azul cobalto, la presencia y ubicación del sauce, la similitud de los elementos en términos interpretativos y la referencia de los familiares de haber conocido una leyenda similar, a pesar de no relacionarla directamente con el diseño del objeto de estudio, hacen presumir que el autor sí conocía, al menos en parte, la leyenda. Ahora, cabe preguntarse: Sí Benavente conocía la leyenda, el origen del plato Willow y la trascendencia comercial y cultural de éste ¿por qué no creo un diseño con estética oriental? Acá las motivaciones pueden ser variadas, desde la falta de referentes, ante la posibilidad de sólo haber escuchado el relato y no haber visto el plato, o conocer la leyenda sin saber su origen supuestamente oriental, hasta la decisión arbitraria del autor al expresar un deseo o sentimiento particular. Cual haya sido la motivación, el autor logró reinterpretar el diseño inglés, inspirado en oriente, a una representación con estética occidental.

Al observar el Willow de Lozapenco, como una reinterpretación occidental del Willow Pattern, se percibe la influencia de “El Molino” de Boucher, del que ya hablamos, en la construcción del género pastoril, a través de sus elementos compositivos, así por

ejemplo se podría interpretar que el molino junto a la casa, se intentó imitar en el original nacional, figurando lo que parece ser una rueda de madera, comunmente utilizada en en sur de Chile como decoración. No puede pasarse entonces por alto lo figurativo de los elementos iconográficos. Por ejemplo, la casa y el castillo, si bien, tienen referencia en la realidad, pueden ser producto del imaginario del autor, imaginario que no necesariamente proviene de los referentes en la realidad, sino de otras representaciones figurativas de los mismos, así, el Castillo de Neuschwanstein suele ser designado como la inspiración para el Castillo de la Cenicienta en Disney World y éste es representado en cuentos.

25. Roberto Benavente Crisosto nació el 21 de mayo de 1922 y falleció el 21 de noviembre de 2005.

El diseño habría sido creado en la década del 60' por un Roberto Benavente²⁵ recientemente familiarizado con el dibujo, pues habría entrado a trabajar en 1952 y recién años después se habría incorporado al área de diseño, declarando en el diario El Sur no ser dibujante de profesión sino un aprendiz. Podría ser esta obra una expresión de ingenuidad del autor, entendiendo esta ingenuidad no como sinónimo de cándido y sincero, sino como aquella que sin ser buscada, adquiere sentido en una situación original y libre que puede ir perdiéndose o evolucionando en el transcurso de biografía personal del autor (Valenzuela, 2013).

El autor parece entonces, haber querido plasmar en el diseño un paisaje alegórico, cuya imagen se apodera de elementos que forman parte del imaginario occidental, explotando el simbolismo de los mismos. La casa, la cerca, el lago y los árboles, que bien pudieran haber tenido referente en su entorno cercano o ser una alegoría al sur de Chile, quedan descontextualizados ante la presencia del castillo y su magnificencia distante y enaltecida. Castillo que transporta al observador nacional a una realidad fantástica que no encuentra justificación en el entorno conocido, y cuya ambigüedad incita al observador a crear su propia interpretación.

Ambigüedad que termina en el momento en que se lo relaciona directamente con el Willow Pattern, adquiriendo así el sentido que la comparación le permite.



Imagen optimizada de la digitalización de calcomanía de diseño Willow de Lozapenco.

Capítulo IV
Más allá de la mesa

Función y Semántica del objeto

Anteriormente, en la textualización del objeto, se hizo referencia a la función que éste cumplía y a la importancia de ésta en su definición. Se habló también del aspecto denotativo y connotativo del objeto según la perspectiva de Moles (1975), quién describe el aspecto denotativo como la parte semántica del objeto, ligada a la función del objeto, y al aspecto connotativo como aquel que se relaciona con el sentido del objeto y que puede ser variable. Moles, ejemplifica su propuesta estableciendo que un servicio de té, es para tomar el té, pudiendo ser éste rococó, chino, de porcelana, de vidrio, lujoso o simple, pero que ninguna de esas características modificará sensiblemente su función. Estableciendo que el aspecto connotativo del objeto variará incluso por “su presencia en tal lugar y a tal hora, el ambiente que crea, la implicación que establece sobre las personas que lo comparten, etc.” (p.50). Así, el aspecto denotativo del plato Willow de Lozapenco estaría dado por la función de contener alimentos y comer en él, mientras que su aspecto connotativo estaría dado por una serie de posibles variantes en sus elementos secundarios, como su decoración, su uso y las motivaciones para éste, sus características materiales, etc. Variables que si bien no alteran su función básica suman significación social, estética, económica, etc.

Barthes (1993), expresa que el objeto tiene una función, pero siempre habrá un sentido que la desborde. El autor desde la semiología, reflexiona ante la manera en que los objetos pueden significar en el mundo, entendiendo el significar del objeto como la transmisión no sólo de informaciones, sino también de sistemas de diferencias, oposiciones y contrastes. El objeto para Barthes se constituye entonces como un signo, que se encuentra entre dos coordenadas, la simbólica y la de clasificación. La primera se refiere a que todo

objeto posee una profundidad metafórica y remite a un significante, es decir que todo objeto es por lo menos el significante (imagen acústica) de un significado (representación mental o concepto que corresponde a una imagen acústica), el autor ejemplifica esta primera coordenada diciendo que “una imagen de publicidad de pastas italianas (me refiero a una publicidad hecha en Francia), es evidente que el tricolor (verde, amarillo, rojo) funciona como un signo de cierta italianidad” (p.249). La segunda coordenada de clasificación, es como su nombre lo indica, la clasificación de uso de los objetos que de manera más o menos consciente es sugerida o impuesta por la sociedad para su comercialización. El objeto se presenta primeramente como útil y funcional, como un mediador entre el hombre y el mundo, pero luego se percibe que dicha función sustenta un sentido, sentido que no tiene un valor transitivo, sino que es inmóvil. Barthes plantea también que, a pesar de leer el sentido del objeto, a nuestros ojos el objeto parecerá siempre funcional, en el momento mismo que se lee como signo.

“Creemos encontrarnos en un mundo práctico de usos, de funciones, de domesticación total del objeto, y en realidad estamos también, por los objetos, en un mundo de sentido, de razones, de coartadas: la función hace nacer el signo, pero este signo es reconvertido en el espectáculo de una función. Creo que esta conversión de la cultura en pseudonaturaleza es lo que puede definir la ideología de nuestra sociedad.” (Barthes, 1993, p.255)

En las páginas siguientes se expondrán diferentes escenarios en los que el objeto de estudio a estado presente durante los últimos años y donde se podría identificar sus coordenadas simbólicas y carácter polisémico al que Barthes alude. Evidenciando a su vez el sentido variable, que según Moles, reflejaría lo connotativo del objeto.

El plato Willow / Objeto decorativo



Arriba. Fuente Mardoqueo, ubicada en Barrio Yungay, calle Libertad 441, Santiago.

Fuente Mardoqueo

Fuente Mardoqueo, es un restaurante expresión de la mejor tradición sanguchera nacional, que se caracteriza por el especial decorado de su recinto con objetos antiguos como cuadros, máquinas de coser, loza, máquinas de escribir, etc. que son expuestos en muros y exhibidores del local (Fuentemardoqueo.cl, 2016). Como parte de esta decoración, figura el plato objeto de estudio.

No se logró conocer las motivaciones para su utilización, pero la misión de la empresa habla de “entregar un momento mágico”, comiéndose el mas delicioso sándwich de Chile.



A la izquierda. Parte de la decoración del interior de Fuente Mardoqueo.



Plato Willow de Lozapenco decoración en el interior de Fuente Mardoqueo.

El plato Willow / Objeto decorativo



Plato Willow de Lozapenco como decoración en el interior de Café Suecia.

Café Suecia

Café Suecia es una cafetería gourmet, que se caracteriza por tener en su carta productos escogidos minuciosamente, utilizando ingredientes sencillos para preparaciones a las que su dueño se refiere como caseras.

El objeto de estudio se encuentra junto a otros platos, que decoran la parte superior de dos de las murallas del lugar.

Su dueño comentó que un cliente le había regalado el objeto, y que el concepto de Café Suecia es rememorar las tardes de domingo en casa de la abuela, a la hora del té.



Arriba. Café Suecia, ubicado en calle Suecia 3220, Providencia.



Vista general de Plato Willow de Lozapenco como decoración en el interior de Café Suecia.

El plato Willow / El objeto en las artes

Claudio Correa

Claudio Correa, artista visual, Licenciado y Magister en Artes Visuales de la Universidad de Chile.

Acción Linea Blanca
Claudio Correa

En el año 2001 creó la obra “Linea Blanca” a partir de un video y fotografía digital de la acción realizada en Galeria Metropolitana de Santiago. Ésta dió cuenta de la intervención doméstica, atravesando los enseres de la cocina de la casa que alberga la galería con un conjunto de soldados de plásticos pintados de blanco, junto a recortes de titulares sacados del diario La Cuarta.

“La obra pone en escena de manera reducida y espectral la memoria de una violencia cotidiana que leemos a diario en los titulares de La Cuarta, el autodenominado diario popular. Así, tapizan los objetos de la cocina recortes que anuncian violaciones de niñas, asesinatos, narcotráfico, homosexualidad, etc. (temas todos que representan aspectos ocultos, oscuros, negros y rechazados de una sociedad como la nuestra y que sin embargo, son los más visibles en los medios de comunicación) todos ocurridos en sectores marginales. Esa violencia opera de la misma manera que un virus invasor. Este virus tiene doble cara, una violencia real y simbólic-mediática, que es la que ejerce el periódico en el imaginario social”

Extracto de texto en página web del autor, citado en el catálogo privado del Museo Nacional de Bellas Artes, proporcionado por Marianne Wacquez, encargada de Colecciones y Conservadora de MNBA.



A la derecha. Obra fotográfica “Acción Linea Blanca”, de Claudio Correa. Colección Artes Visuales del Museo Nacional de Bellas Artes.

El plato Willow / El objeto en las artes

Carlos Damacio Gomez

Carlos Damacio Gomez, artista visual, Licenciado en Artes Visuales y docente de la Universidad de Chile.

El artista realiza la obra xilográfica “Happy Hour” el año 2001. Carlos Damacio califica “Happy Hour” como una obra importante en su carrera, ya que con ella, de algún modo, inaugura su carrera artística y expresa que ésta “pertenece a una serie que realicé pensado en mi experiencia biográfica” (Comunicación personal, 27 de agosto de 2015).

Happy Hour
Carlos Damacio Gomez

Abajo. Obra “Happy Hour”, xilografía de 100x70 cms. de Carlos Damacio Gomez.



El plato Willow / El objeto en las artes

Villa Cariño

Villa Cariño es una banda chilena de música tropical, que entra a la escena musical en 2008.

A comienzos del año 2012, la banda entra a estudio para grabar su tercer disco llamado “La fiesta es de nosotros”, el que fue lanzado en dos shows, y con el cual obtuvo disco de oro. En el primer show, más íntimo que el segundo, se lanzó una edición especial del disco. Esta edición especial presentó la imagen del plato Willow de Lozapenco impresa en la caratula del CD.



Arriba. Caratula de edición especial del disco “La fiesta es de nosotros”, 2012, Villa Cariño.

A la derecha. Fotografía de compact disk de “La fiesta es de nosotros”. Algunos informantes se refirieron a que la utilización de la imagen, fue porque algunos de los integrantes de la banda, vacacionaban en el sur de Chile, donde solían comer en esos platos. Información que no pudo ser confirmada.



El plato Willow / El objeto en las artes

Prófugos

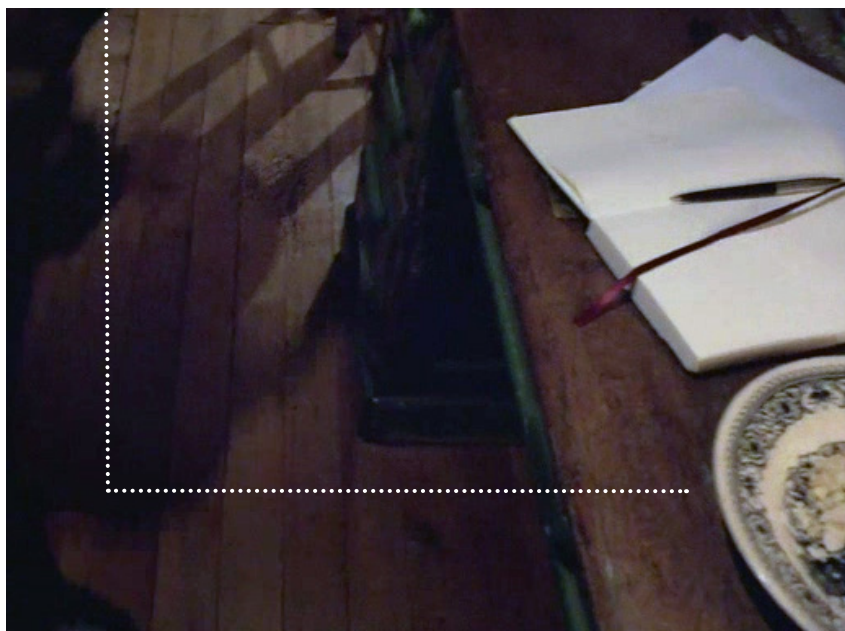
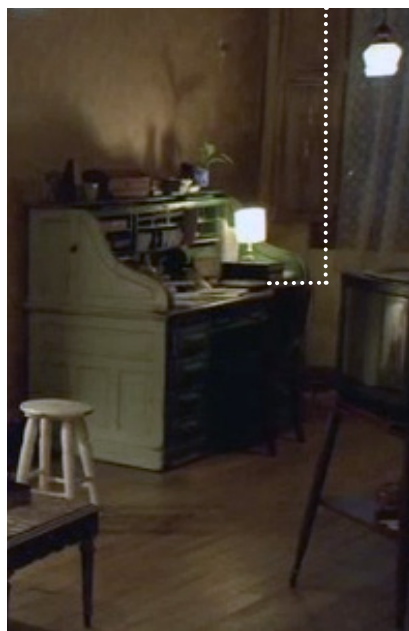
Prófugos es una serie de televisión chilena, contemporánea, transmitida para América por el canal de televisión por cable HBO, durante el año 2011 y 2013.

Su argumento trata sobre cuatro chilenos que son reclutados para un trabajo que cambiará sus vidas y que los vinculará al narcotráfico.

En el segundo capítulo de su primera temporada es posible identificar el diseño del objeto de estudio, como utilería, en una de sus escenas.

Abajo izquierda. Vista a la distancia de ubicación del objeto de estudio en la escena.

Abajo derecha. Vista en detalle de parte del objeto de estudio en la escena.



El plato Willow / El objeto en la publicidad

Chancaca Deliciosa

Chancaca Deliciosa es un producto chileno preparado en base a distintos tipos de azúcares y mieles, utilizado comunmente para la receta chilena de sopaipilla y picarones pasados.

El año 2015, en virtud de los 70 años del producto, se realizó la campaña publicitaria “Chancaca Deliciosa, El sabor original. 70 años de dulces inviernos”. La campaña tiene contenido audiovisual y gráfico ambientado en los años 80’, en donde utilizan el objeto de estudio como parte de su utilería. Al tratarse, el producto, de un alimento, el objeto de estudio toma mayor protagonismo dada la naturaleza de su función.

El concepto creativo del comercial fue desarrollado por el equipo de Agencia Cabeza y se transmitió durante el primer semestre del año 2015 en la televisión chilena.



Arriba. Imagen de comercial de Chancaca Delisiosa. “70 años de dulces inviernos”. Video disponible en la cuenta de Youtube del producto.



A la derecha. Imagen de comercial de Chancaca Delisiosa. “70 años de dulces inviernos”. Imagen disponible en la página web del producto.



El plato Willow / El objeto en la publicidad

Veritipical

Veritipical es un bar restaurant ubicado en Barrio Yungay. Se caracteriza por proponer un entorno nostálgica y kitsch tanto en diseño como en su gastronomía y música. Invocando al recuerdo para el rescate de la cultura tradicional chilena incluyendo entre otros objetos, al plato Willow de Lozapenco.



Arriba. Imagen de video promocional del bar restaurant Veritipical.

Patricio Hado, uno de sus dueños, expresa que “esto es un recreo, un paseo por la nostalgia chilensis, por el ADN pop de nuestra historia. Es un rejuente de sabores, imágenes, olores, sonidos y lentejuelas; el bistec de la abuelita, las revistas de papel café con ídolos en las portadas, el olor a cera, a tierra mojada, y a carboná. Las canciones AM para encerer y la bohemia malonera con su exquisita rimbombancia. Es la memoria que se viste de kitsch y sale a brindar” (Cooperativa.cl, 2015).

Abajo. Pieza gráfica promocional del bar restaurant Veritipical.



El plato Willow / El objeto en la red social

Noesnalaferia

No es na la feria, es una página de Facebook creada el año 2014. El concepto de sus publicaciones se basa en hacer un “homenaje” o “repudio” a diferentes situaciones , objetos, personas, sentimientos, etc. Esto se realiza a través de aportes de los mismos cibernautas que envían sus homenajes o repudios.

6871 Me gusta
283 Comentarios
631 Compartidos



Noesnalaferia

23 de abril de 2015 · 🌐

Homenaje al plato de la abuelita ❤️
Viva Chile, Viva China.
(vía Gladys Garcia Manriquez)



A la derecha, Imagen de la publicación realizada por Noesnalaferia el 23 de abril de 1 año 2015.

La publicación fue realizada por Gladys García Manríquez a través de Noesnalaferia, quién no estaba en conocimiento de que el plato fuera de manufactura chilena, y por ello agregó en la leyenda “Viva Chile, Viva China”, lo que fue corregido a través de los comentarios realizados por los cibernautas.

“La verdad yo de primera no sabía que tantas personas tenían esa loza, lo compartí porque vi esta foto por casualidad en internet y me trajo muchos recuerdos de mi abuela, de cuando éramos chicos y nos servían porotos o cazuelas en los platos hondos, y realmente era entretenido ver el fondo y sus detalles, mi imaginación volaba al ver esa casa arriba de ese cerro” (G. García, comunicación personal, 23 de agosto de 2015).

Algunos de los 283 comentarios fueron:

Arriba. Imagen compartida por **Victor Kleim** en la publicación.



“Más respeto con el producto nacional, mire que ese plato lo confeccionan manos chilenas. El fabricante es la mítica “Fanaloza”...”

Ignacio Cárcamo Miranda

“En el diseño del borde desde cabro chico veía un búho o alguien con bigotes”

Juan Méndez

“En todas las casas existió un plato como este (siempre me quedaba pegada con los dibujos del plato, lo que más me llamaba la atención era el castillo que hay en el cerrito al fondo)”

Maricelle Pinta-sueños

“Cuando niño trataba de imaginarme en ese lugar y me preguntaba si existía en algún lugar de esta tierra!”

Raúl Farías

El plato Willow / El objeto en la red social

Museo de Artes Decorativas

La página de Facebook del Museo de Artes Decorativas, se crea en el año 2008 y sirve de plataforma para la exposición y difusión de las actividades e iniciativas desarrolladas por la institución.

546 Me gusta
88 Comentarios
49 Compartidos



Museo De Artes Decorativas

10 de julio de 2015 · 🌐

Durante esta tarde, te regalamos un viaje al pasado con este objeto de manufactura Lozapenco

¿Tienes algún recuerdo asociado a este plato?

Colección Museo de Artes Decorativas



A la derecha. Imagen de la publicación realizada por Museo de Artes Decorativas el 10 de julio de 2015.

Esta publicación hizo directamente una invitación a recordar y viajar al pasado a través del objeto. Invitación que tuvo gran acogida y en relación a otras publicaciones de la página sobrepaso notablemente a la media de likes y comentarios de sus publicaciones. Algunos de los 88 comentarios que respondieron a la pregunta ¿tienes algún recuerdo asociado a este plato? fueron:

“Cómo no!! Terminar la comida y quedarme pegada contemplando la casita imaginando las cosas que pasaban dentro y alrededor de ella...infancia feliz!”

Cote Rivas

“...Como no recordar...esos ricos almuerzos en el sur junto a la estufa a leña, la lluvia y mis abuelos...aun queda un platillo mudo testimonio de tantos encuentros...”

Viviana Maldonado

“Años 70, con mi bisabuelita allá en Quintero...”

Geny Sánchez

“Aun recuerdo esas cazuelas de campo que hacia mi bisabuela en la localidad de Pichingal (VII Región)... Era de esas cazuelas que ya poco se ven con harta enjundía y sabor como pocos!!! Como olvidar esos años de que solo uno se preocupaba de comer y jugar!! Y de esos seres queridos que dejaron una huella en nuestros corazones!!!”

Camilo Valdés

“Mi madre aun guarda su juego que sacaba en ocasiones especiales cuando se juntaba toda la familia...es su tesoro..!”

Beatriz Angélica Arancibia Díaz

Arriba. Imagen compartida por **Rosalía del Carmen Sanchez Espeña** en la publicación.



El plato Willow / El objeto en la red social

Chile del ayer

Chile de ayer, es una página de facebook creada el 17 de diciembre de 2012. Año desde el cual comparte contenido fotográfico, audiovisual y reseñas históricas de Chile.

2671 Me gusta
174 Comentario
387 Compartidos

 **Chile del ayer** agregó 3 new photos.
18 de octubre de 2015 · 🌐

Loza Penco, 1960



A la derecha. Imagen de la publicación realizada por Chile de ayer, el 18 de octubre de 2015

La publicación hizo referencia a la marca y la época del objeto con imágenes de éste y otras piezas del mismo juego.

Los comentarios expusieron nostalgia, anhelo, reconocimiento histórico y experiencias personales entorno al objeto.

Algunos de los 174 comentarios fueron:

“Que recuerdos ...la loza de mi abuelita ..”

Hilda Henríquez

“Yo tenía esa loza cuando mis hijos eran chicos yo les decía que era la casa de la blanca nieves para que se comieran la comida, les contaba el cuento”

Eva Olivos Cáceres

“Un clásico de las mesas chilenas”

Karen Hinrechen

“Qué recuerdos!!! Nostalgia!! Tuve el juego de loza completo.

Lo compré en Diciembre del 79'. Mi hija tenía 2 años y mi hijo 1 año. La época más linda, recuerdos llenos de felicidad. Hoy, me queda un plato de postre, una taza de consomé y una fuente. Aún las uso. Tienen la marca de Fanaloza. Gracias por tan hermoso recuerdo”

Viviana Lizana Clavel

“Un clásico de la familia chilena.”

Xime Álvarez

“La tuvo mi madre, mi abuela, mis tías, en la casa de mis compañeros de básica. .. que hermosos recuerdo”

Nibaldo J. Montecinos Gaete

Abajo. Imagen ompartida por **Ale Leddihn** en la publicación.



Conclusiones

El valor del Plato Willow de la fábrica Lozapenco en la cultura material

Desde el inicio de esta investigación se planteó como objetivo el reconocimiento del valor del plato Willow de la fábrica Lozapenco como parte de la cultura material chilena, proponiendo un estudio exploratorio que estuviera al servicio del objeto, examinándolo y analizándolo desde una mirada objetual, en la que se consideraran todas sus características y su presencia en la vida social, mediata e inmediata, enfocándose en su carácter de objeto de consumo de manufactura nacional.

Luego del examen y análisis del objeto, es posible identificar los principales rasgos que denotan la importancia cultural de éste, desde tres perspectivas distintas.

Importancia cultural desde la perspectiva histórico-económica

Desde una perspectiva histórico-económica el plato Willow de la fábrica Lozapenco, como objeto de consumo de producción nacional, es testimonio material de los años 80', un periodo en la historia económica chilena marcado por el cambio de políticas sociales y económicas.

La importancia del objeto en este sentido está dada por la concurrencia de elementos técnicos que asociados a su producción y comercialización lo convirtieron en un fenómeno de ventas, que lo llevó a existir en un número considerable de hogares en Chile, particularmente en la zona centro sur.

El plato Willow, como se explicó en el segundo capítulo, era decorado bajo relieve, a un solo color y llenaba de decorado la

superficie, lo que dejaba mayor margen de error en la manufactura del objeto. Esto se traducía, en términos industriales y económicos, en mayor producción a un menor costo, aumentando el margen de ganancias en comparación a otros modelos.

Esta característica fue explotada al entrar los años 80' por la administración de Feliciano Palma, quién apostó por sacrificar la calidad en la manufactura y diseño de los productos, para economizar y así tener mejores precios sin arriesgar ganancia, logrando mantenerse vigente y con precios competitivos dentro del mercado nacional, sobreponiéndose así durante algunos años al nuevo régimen de importaciones a las que el neoliberalismo había abierto las puertas, y que con el tiempo llevaría a la quiebra a la empresa, al convertirse China en el principal importador de loza en Chile.

Importancia cultural desde la perspectiva del diseño y la creación

El decorado define al plato Willow de Lozapenco, porque lo hace diferenciable e identificable en lo que Juez (2002) llamaría un inventario gigante de objetos disponibles.

El estudio de la iconografía, su color simbólico y pregnante, la candidez del paisaje pastoril y la posibilidad de tratarse de una reinterpretación del Willow Pattern inglés y ser la representación gráfica de una historia de amor imposible, otorgan al decorado del plato Willow de Lozapenco un carácter único y auténtico, abierto a la interpretación, que desde su creación en los años 60' hasta la actualidad se ha transformado en parte del imaginario personal

de muchos chilenos, demostrando la importancia cultural de la creación gráfica en objetos de consumo, y de los personajes anónimos que desarrollan la labor, teniendo influencia directa en la configuración de la cultura material de un pueblo.

La investigación permitió, por tanto, conocer la dimensión creativa del decorado y a su autor. La identificación de Roberto Benavente y el análisis de la imagen han humanizado al objeto, lo han sensibilizado y, ante los ojos del observante, ha adquirido mayor valor creativo.

Importancia cultural del objeto inserto en la vida cotidiana

El plato Willow de la fábrica Lozapenco dada su naturaleza prosaica fue y es parte, al igual que una serie de otros objetos, de la vida íntima de diferentes personas.

El objeto es primeramente identificado por su función, la que está directamente relacionada a una de las necesidades humanas más importantes, la alimentación. Alimentación que más allá de proveer al cuerpo de nutrientes, se asocia a un ritual humano, a una instancia comunicativa en la que los individuos se relacionan, crean vínculos y se expresa tradición y cultura. Ante esto, el plato en su uso cotidiano es un asistente más a este ritual, asistente que, a diferencia de los individuos y la comida, se observa inmóvil y perdurable, en apariencia y uso. Esto último le concede al objeto la capacidad de relacionarse con los individuos en distintos tiempos y contextos, lo que llevará la relación entre estos a la esfera de la significación. Así el plato Willow de Lozapenco fue y seguirá

adquiriendo sentido, transformándose en imagen y representación para los individuos. Existencia simbólica que, en el caso particular de plato Willow, traspasa los límites de la vida íntima, siendo identificada en la vida social quedando esto de manifiesto por los hallazgos expuestos en el último capítulo.

La identificación del objeto con la nostalgia de una época, su asociación al ritual, el recuerdo de personas específicas, los sentidos otorgados a su imagen, entre otros, revelan la existencia de la coordenada simbólica del objeto y su polisemia, así como también el sentido variable de su connotación. Juez (2002) habla de como el acervo simbólico del hombre lo impulsa, al enfrentarse al objeto, hacia la práctica de ritos, nostalgias o manipulaciones singulares que evocan recuerdos y sugieren maniobras físicas, estructuran conductas y acciones psicomotoras que perduran.

El objeto de estudio se observa finalmente como un fenómeno, un objeto de uso que ha traspasado material y simbólicamente las esferas de la vida cotidiana, para significar en diferentes dimensiones del entorno social. No obstante, su reconocimiento y significación vienen a ser consecuencia de factores asociados a su diseño y comercialización, así la pregnancia, belleza y originalidad de su decorado, pudo ser conocida popularmente gracias a la masificación de su producción en el país, en definitiva, a su carácter de objeto de uso de producción nacional. En este sentido y para terminar, Juez (2002) expresa:

“El objeto, que ha pasado por la esfera del dominio público – producción, distribución y consumo -, lleva ahora consigo una carga adicional de ideas y vínculos que el diseñador probablemente ni imaginó” (p.169)

Bibliografía

- Ander-Egg, E. (1995). *Técnicas de investigación social*. Buenos Aires: Lumen.
- Cancino, R. (2004). *Perspectivas sobre la cultura material*. Anales de Desclasificación, n.2 ,pp. 1-20.
- Appadurai, A. (1991). *La vida social de las cosas*. México: Grijalbo.
- Artdec.cl. (2016). *Misión*. Febrero 2, 2016, de Museo de Artes Decorativas Sitio web: <http://www.artdec.cl/621/w3-propertyvalue-70472.html>
- Barthes, R. (1993). *Semántica del objeto*. En La aventura semiológica. (pp.245-256). Buenos Aires: Paidós.
- Barthes, R. (1982). *Retórica de la imagen*. En Lo obvio y lo obtuso. (pp.29-47). Barcelona: Paidós.
- Baudrillard, J. (2010). *El sistema de los objetos*. España: Siglo XX .
- Birks, S. (2003). *The Willow Pattern Story*. Noviembre 15, 2015, de The potteries Sitio web: <http://www.thepotteries.org/patterns/willow.html> . Traducción propia.
- Blacker, J.F. (1912). *Nineteenth-century english ceramic art* . Toronto: The Copp, Clak Co. L. Traducción propia. Sitio web: <https://archive.org/stream/nineteenthcentur00blacuoft#page/146/mode/2up>
- Bonsiepe, G. & Fernández, S. (2008). *Historia del diseño en América Latina y el Caribe. Industrialización y comunicación visual para la autonomía*. Sao Paulo: Editora Blücher.
- Braudel, F. (1986). *La dinámica del capitalismo*. Mexico: Fondo de cultura económica.

Bravo, F. (2003). *Caso Lozapenco S.A.* Junio 28, 2015, de Universidad de Chile Sitio web: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/127316/%287%29%20Lozapenco..pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cooperativa.cl. (2015). *Nostalgia y cultura kitsch en nuevo bar restaurant Veritipical.* Junio 5, 2015, de Cooperativa Sitio web: <http://www.cooperativa.cl/noticias/entretencion/tendencias/gastronomia/nostalgia-y-cultura-kitsch-en-nuevo-bar-restaurant-veritipi/2015-06-04/115942.html>

C.R.G. (1962). Haciendo un recuento al 22 de diciembre de 1961. *Fanaloza en Marcha*, n.2, p. 6.

De Certeau, M. (2000). *La invención de lo cotidiano.* México: Universidad Iberoamericana.

De Colza, M., González, K. & Servin, A. (2013). *Redes sociales: la nueva era en la investigación interpretativa.* Noviembre 9, 2015, de Versión. Estudios de comunicación y política. Sitio web: <http://goo.gl/m2ErD2>

De Fusco, R. (2005). *Historia del diseño.* Barcelona: Santa & Cole Publicaciones.

Del Fresno, M. (2011). *Netnografía Investigación, análisis e intervención social online.* Barcelona: UOC.

De Ramón, A. (Agosto 1988). Historia del sector industrial en Chile. *Ambiente & Desarrollo*, IV , 29-44.

Diario el Sur. (1989, octubre 12). Don Roberto. *El Sur*, pp.10-11.

Diseñonacional.cl (2016). *Álbum.* Febrero 2, 2016, Sitio web: <http://>

www.disenonacional.cl/

Donoso, P. (2014, Mayo 24). Memoria cotidiana. *Vivienda & Decoración*, 933, 54-58. Sitio Web: <http://impresa.elmercurio.com/Pages/SupplementDetail.aspx?dt=2014-05-24&SupplementID=4&BodyID=0&IsInternal=1>

Durante, N. (2014, septiembre 7). La estafa del siglo de Feliciano Palma: ¿nuestro propio “Caso Cascadas”? *Diario Concepción*, 14-15.

Fanaloza. (1961, Diciembre). *Fanaloza en Marcha*, n°1.

Fanaloza. (1962, Septiembre). *Fanaloza en Marcha*, n°2.

Fanaloza. (1963, Enero). *Fanaloza en Marcha*, n°3.

Fanaloza. (1963, Junio). *Fanaloza en Marcha*, n°4.

Fanaloza. (1963, Diciembre). *Fanaloza en Marcha*, n°5.

Fanaloza. (1964, Noviembre). *Fanaloza en Marcha*, n°6.

Fábrica Nacional de Loza de Penco, 1930. *Prospecto de la sociedad Anónima*, Santiago: Imprenta Nacional.

Figueroa, V. (2012). *Libro de oro de la historia de Penco*. Concepción: Eric Forcael Durán.

Findeli, A. (2008). *Research Through Design and Transdisciplinarity: A Tentative Contribution to the Methodology of Design Research*. Noviembre 9, 2015, de Swiss Design. Sitio web: http://swissdesignnetwork.ch/src/publication/focused-current-design-research-projects-and-methods-2008/Focused_SDN.pdf

Frayling, Ch. (1993). *Research in Art and Design*. London: Rollal

College of Art an Research Design, 1, pp.1-5.

Gallego, R., Sanz, J. (2001). *Diccionario Akal del Color*. Madrid: Via Gráfica S.L.

Geertz, C. (2003). *La Interpretación de las Culturas*. Barcelona: Gedisa.

Gonzalez, P. (1920). *Chile. Breves noticias de sus industrias*. Santiago: Sociedad de imprenta y litografía Universo.

González, P. & Soto, M. (1926). *Álbum Gráfico e Histórico de la Sociedad de Fomento Fabril de la Industrial Nacional*. Santiago: Imprenta Cervantes.

Guber, R. (2001). *Etnografía. Método, campo y reflexividad*. Bogotá: Norma.

Heskett, J. (2005). *El diseño en la vida cotidiana*. Barcelona: Gustavo Gili.

Herrera, M. (2010). *Investigación y diseño: reflexiones y consideraciones con respecto al estado de la investigación actual en diseño*. Noviembre 4, 2015, de No solo usabilidad: revista sobre personas, diseño y tecnología. Sitio web: http://www.nosolousabilidad.com/articulos/investigacion_diseno.htm

Hine, C. (2004). *Etnografía Virtual*. Barcelona: UOC.

Himmelman, N. (1974). *Lo bucólico en el arte antiguo*. Habis, (5), 141-152.

Iriarte, I. & Justel, D. (2013). *Reflexiones sobre la investigación en diseño*. Octubre 13, 2015, de AEIPRO Sitio web: http://www.aepro.com/files/congresos/2013logronio/CIDIP2013_1447_1459.4063.pdf

- Jiles, P. (1986, Abril). General Arellano: Sáquenlos...y nos los traigan de vuelta. *Análisis*, 136, 16 y 17. Sitio web: <http://saladehistoria.com/Revistas/Analisis/pdf/Analisis-136.pdf>
- Juez, F.M. (2002). *Contribuciones para una antropología del diseño*. Barcelona: Gedisa.
- Julier, G. (2010). *La cultura del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Kozinets, R. (2010). *Netnography. Doing ethnographic research online*. London: SAGA Publications Ltd.
- Laing, A. (1986). *Francoise Boucher*. New York: The Metropolitan Museum of New York.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura. Informe al consejo de Europa*. Barcelona: Anthropos.
- Library of congress. (2006). *Resource*. Febrero 2, 2016, Sitio web: <https://www.loc.gov/resource/hhh.pa0173.photos?st=gallery>
- Llovet, J. (1979). *Texto y contexto del diseño*. En *Ideología y metodología del diseño* (pp.25-51).Barcelona: Gustavo Gili.
- Llovet, J. (1979). *Objetos y civilización*. *Ideología y metodología del diseño* (pp.52-88). Barcelona: Gustavo Gili.
- Liddiard, R. (2010). *Medieval Castles*. Enero 4, 2016, de History at the Higher Education Academy Sitio web: https://www.heacademy.ac.uk/sites/default/files/tg_liddiard_medievalcastles_20100131.pdf
- Marquez, B. (2014). *Cerámica en Penco. Industria y Sociedad*. Concepción: Ediciones Archivo Histórico de Concepción.

- Martínez, M. (1896). *Industrias Santiaguinas*. Santiago: Imprenta y encuadernación Barcelona.
- Meyer, F. (1849). *A handbook of ornament*. New York: Architectural Book Pub. Co..
- Moles, A. (1975). *Teoría de los objeto*. España: Gustavo Gili.
- Moles, A. (1991). *La imagen. Comunicación funcional*. Barcelona: CEAC.
- Mujica, D. (2011). *Cordones Industriales*. Noviembre 9, 2015, de Biblioteca de Historia Obrera Sitio web: <http://www.ptr.cl/publicaciones/wp-content/uploads/2011/12/cordones-industriales.pdf>
- Museo de Artes Decorativas. (1997). *Cerámica Artística de Lota. Historia, testimonios, objetos: 1854-1951*. Santiago: LOM.
- Museo de Artes Decorativas. (2015). *Cristal Yungay. De objetos y oficios*. Santiago: Ediciones DIBAM.
- Norman, D. (1990). *La psicología de los objetos cotidianos*. Madrid: Nerea.
- Palma, N. (2013). *Las luces y las sombras de Fanaloza*. noviembre 9, 2015, de Penco Chile Sitio web: <http://penco-chile.blogspot.cl/2013/04/las-luces-y-las-sombras-de-fanaloza.html>
- Palmarola, H. (2002). *Diseño Industrial Estatal en Chile 1968-1973*. Marzo 25, 2015, de Extensión FADEU. Pontificia Universidad Católica de Chile Sitio web: http://www.guibonsiepe.com/pdffiles/timeline_design_chile.pdf

Panofsky, E. (1983). *Iconografía e iconología: introducción al estudio del arte del Renacimiento*. En *El significado en las artes visuales*(45-75). Madrid: Alianza.

Pesez, J.M. (2010). *Historia de la cultura material*. Septiembre 26, 2015, de CLÍO. Órgano de la academia dominicana de la historia. Sitio web: http://clio.academiahistoria.org.do/trabajos/clio179/Clio_2010_No_179-09.pdf

Portanova, J. (2007). *Porcelain, The Willow Pattern, and Chinoiserie*. Diciembre 10, 2015, de New York University Sitio web: <http://www.nyu.edu/projects/mediamosaic/madeinchina/pdf/Portanova.pdf>

Printed British Pottery and Porcelain (2014). *Blue printed earthenware in the 19th century*. Noviembre 15, 2015, de Printed British Pottery and Porcelain Sitio web: <http://printedbritishpotteryandporcelain.com/>

Prado, F., D'alencon, R., Kramm, F. (2011). Arquitectura alemana en el sur de Chile. Importación y desarrollo de patrones tipológicos, espaciales y constructivos. *Revista de la construcción*, 10 N°2, p.104-121. 2016, enero 4, De Scielo Base de datos.

Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española* (23. ed.). Sitio web: <http://dle.rae.es/>

Reynoso, J.P. (2014). *Viendo y escuchando youtube: Tipología descriptiva de la comunicación entre los usuarios en torno al videoclip musical en youtube, una netnografía*. Julio 25, 2015, de Tesiunam. Sitio web: <http://132.248.9.195/ptd2014/septiembre/303030904/Index.html>

Rodríguez, M. (2005). *Introducción general a los estudios iconográficos*

y a su metodología. Diciembre 27, 2015, de Liceus Sitio web: <http://pendientedemigracion.ucm.es/centros/cont/descargas/documento4795.pdf>

Rojas Mix. M. (1992). *América Imaginaria*. Buenos Aires: Lumen.

Rojas Mix M. (2006). *El imaginario: Civilización y cultura del siglo XX*. Buenos Aires: Prometeo.

Álvarez, P. (Ed.). (2010). *Historia Gráfica de la Propiedad Industrial en Chile*. Instituto Nacional de la Propiedad Intelectual. Santiago: INAPI.

Santiago, R. (2006). *Breve historia de los castillos*. Isagoge, 3, 60-64. 2016, 4, De Dialnet Base de datos.

Santos, J. (2013). *Relevancia de la iconografía de Luis Guzmán Molina y su contribución al fortalecimiento y restitución de la identidad cultural de Chillán y la provincia de Ñuble (Tesis de maestría)*. Universidad Católica de la Santísima Concepción, Concepción.

Sarmiento, I. (2007). *Cultura y cultura material: aproximaciones a los conceptos e inventario epistemológico*. Anales- Museo de América, n.15, pp. 217-236.

SURDOC (2014). *Sistema de administración de las colecciones patrimoniales de los Museos DIBAM*. Sitio web: <http://goo.gl/5aBKw9>

Vargas, J. (1976). *La sociedad de fomento fabril 1883-1928*. Santiago: Impr. Universidad Católica.

Valenzuela, F. (2013). *La ingenuidad como forma de clasificación social en el arte: un análisis sociológico*. Cinta de Moebio, 48. 2015, noviembre 9, De Portal del revistas académicas de la Universidad de Chile Base de datos.

Vilchis, L. (2002). *Metodología del diseño. Fundamentos Teóricos*. México: Claves Latinoamericanas.

Villafañe, J. (2006). *Introducción a la teoría de la imagen*. Madrid: Pirámide.

Villafañe, J & Mínguez, N. (2002). *Principios de teoría general de la imagen*. Madrid: Pirámide.

Zablah, J.C. (1979). Informe de práctica. Realizado en: Fábrica Nacional de Loza “Fanaloza” S.A-Penco. Universidad de Chile. Santiago.



Santiago de Chile
2015

