



LAS PIEZAS DEL OLVIDO

Cerámica Decorativa en Penco

1962-1995

————— BORIS MÁRQUEZ OCHOA —————

EDICIONES DEL ARCHIVO HISTÓRICO DE CONCEPCIÓN



BORIS MÁRQUEZ OCHOA

Es Magíster en Historia por la Universidad de Concepción. Investigador en temas regionales.

Actualmente es Director de la Galería de Historia de Concepción y Coordinador del Archivo Histórico de Concepción. Es asesor patrimonial de la Corporación Semco. Miembro fundador de la Sociedad de Historia de Penco. Ha participado en diversos proyectos, tales como el rescate del archivo histórico de Talcahuano, la recuperación patrimonial del Cementerio General de Concepción y la recopilación de la bibliografía histórica de la Región del Biobío.

Es autor de los textos históricos: *Cerámica en Penco. Industria y Sociedad 1888-1962* (2014) y *Carlos Oliver Schneider. Naturalista e Historiador de Concepción* (2015).



Elva Cartes decorando un jarrón con motivos orientales.



EDICIONES DEL
ARCHIVO HISTÓRICO DE CONCEPCIÓN

DIRECTOR

Armando Cartes Montory

CONSEJO ASESOR

Alejandra Brito Peña

Sergio Carrasco Delgado

Leonardo Mazzei de Grazia

Jorge Pinto Rodríguez

Alejandro Witker Velásquez



ARCHIVO
HISTÓRICO DE
CONCEPCIÓN

www.archivohistoricoconcepcion.cl

BORIS MÁRQUEZ OCHOA

LAS PIEZAS DEL OLVIDO
CERÁMICA DECORATIVA EN PENCO
1962-1995

CONCEPCIÓN
2016

 ARCHIVO
HISTÓRICO DE
CONCEPCIÓN
EDICIONES

LAS PIEZAS DEL OLVIDO
CERÁMICA ARTÍSTICA EN PENCO
1962-1995

© Boris Márquez Ochoa

R.P.I.: 266934

© Ediciones del Archivo Histórico de Concepción

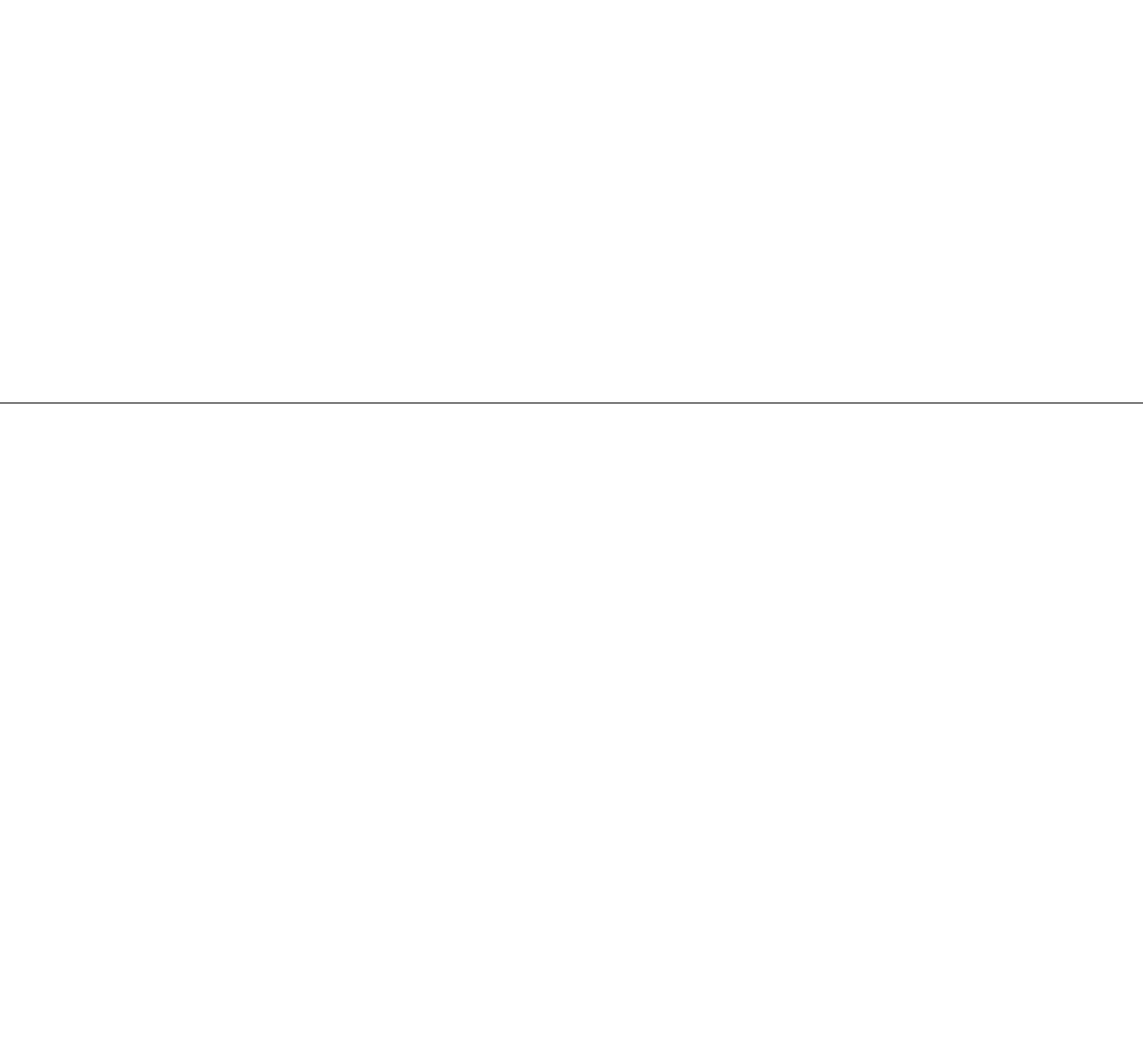
I.S.B.N.: 978-956-9657-04-7

Diseñado por Siegfried Obrist C.

Impreso en Trama Impresores S. A.

Concepción, mayo de 2016.

*A mi madre Roxana Ochoa Cartes,
por habituarme a la belleza de los objetos
decorativos elaborados en Penco.*



Índice

PRESENTACIÓN	13
INTRODUCCIÓN	17
CERÁMICA, LA GRAN INDUSTRIA DE PENCO	21
EL ARTE DE MODELAR Y DECORAR	27
SECCIÓN DE DECORADO	33
LABORES COTIDIANAS	35
FORMACIÓN ARTÍSTICA	36
PROTAGONISTAS	41
GENERACIÓN FANALOZA	45
GENERACIÓN LOZAPENCO	45
HUGO PEREIRA DÍAZ	47
ALBINO ECHEVERRÍA CANCINO	51
JAIME FIERRO DURÁN	53
PEDRO RETAMAL RETAMAL	57
SERGIO BARRA MATAMALA	59
ROBERTO ZUCHEL MATAMALA	61
GASTÓN DELGADO PINEDA	63

ROBERTO BENAVENTE CRISOSTO	65
ANA OÑATE MONSALVE	69
COMERCIALIZACIÓN	71
DEPÓSITO FANALOZA-LOZAPENCO	75
OTRAS PROVINCIAS DE CHILE	77
MERCADO INTERNACIONAL	79
CATÁLOGO DE PIEZAS	83
SUSSEX BONE CHINA	85
SELLOS	87
ÁNFORAS, POTICHES Y FLOREROS	93
CAJAS Y POLVERAS	109
ANIMALES	113
BUSTOS	119
PLATOS DECORATIVOS	123
MINIATURAS	129
OTRAS PIEZAS	135
LOZAPENCO	145
SELLOS	147
ANIMALES	149
POTICHES Y FLOREROS	159
PLATOS DECORATIVOS Y MURALES	167
OTRAS PIEZAS	175
CERÁMICA SAN JUAN	185
SELLOS	187
PIEZAS	188
EPÍLOGO: LA INDUSTRIA QUE SE NIEGA A FENERER	194
OBRAS DE REFERENCIA	197

ABREVIATURAS

A. O.: ANA OÑATE	M. S.: MANUEL SUÁREZ
B. M.: BORIS MÁRQUEZ	M. V.: MARÍA VERDEJO
COL.: COLECCIÓN	M. M.: MARY MEJÍAS
D. Q.: DANIEL QUINTEROS	O. S.: OSVALDO SEPÚLVEDA
D. R.: DOMINGA ROA	P. R.: PEDRO RETAMAL
G. D.: GASTÓN DELGADO	R. M.: RAÚL MORAGA
H. P.: HUGO PEREIRA	S. O.: SIEGFRIED OBRIST
J. V.: JOSÉ VERGARA	V. M.: VIOLETA MONTERO
M. P.: MAURICIO PRÜSSING	

PRÓLOGO

Es indudable que el mundo interconectado en que hoy vivimos, ha traído mucho progreso y oportunidades. Información instantánea, tecnología, objetos venidos de varios países; todo eso y más nos llega por las redes virtuales o en grandes buques, que encogen el tiempo y la distancia. Así se construye un mundo más homogéneo e integrado. Es la llamada globalización.

No todos son beneficios, por supuesto. Las cambiantes modas y la llamada obsolescencia programada generan sobreconsumo y demasiados desechos. También han producido graves daños ambientales, que se traducen en agotamiento de recursos, destrucción de ecosistemas y un ya innegable cambio climático. Hay un debate abierto sobre el verdadero sentido del progreso y la calidad de vida.

Chile, desde la década de los ochenta del siglo pasado, entró de lleno en ese proceso. Entre luces y sombras, es verdad que nos ha traído crecimiento económico y la pobreza se ha reducido. Mas como siempre ocurre en tiempos de cambios profundos, hay vencedores y vencidos. Surge un mundo nuevo y los viejos paradigmas van quedando desplazados. En la materia propia del libro que prologamos, la loza ornamental ligada a la vida de un pueblo, la modernización inevitable dejó una penosa huella. Hirió fatalmen-



te el valor del trabajo artístico, único e irrepetible, en los objetos de uso cotidiano. Dañó el sentido de la producción local, que es obra de artesanos de la misma comunidad, que ve así reforzada su identidad; como ocurre con los temas y paisajes que trabajan. El ciclo cada vez más breve de los productos, deliberadamente desechables, lleva al abandono de los materiales nobles y las técnicas propias de los antiguos maestros. Es el ocaso de los oficios tradicionales y de los objetos patrimoniales, que pasaban de una generación a otra, reavivando, con su silente presencia, la llama de la memoria del hogar paterno o la infancia lejana.

La provincia costera de Concepción fue escenario de un temprano desarrollo industrial. Entre Lota y Tomé se desplegaron las fábricas más variadas, para abastecer a un país que se urbanizaba y aumentaba su población. Para alimentar al norte minero, movilizar los trenes y vestir a todo Chile se levantaron, al sur y al norte del Biobío, fábricas de bebidas y telas, conservas, azúcar ¡y hasta locomotoras!

Penco, en particular, la tranquila villa costera que fue cuna de Concepción, creció exponencialmente, al ritmo de las sirenas y las líneas de producción. Miles de chilenos y chilenas encontraron allí un lugar de trabajo, que les permitió sostenerse dignamente, educar a sus hijos; y sobre todo soñar con una vida mejor y poder trabajar para alcanzarla. En un siglo de incesante progreso, a pesar de las vicisitudes, se levantó una industria que fue un orgullo del Biobío,

llevando el nombre de Penco allende las fronteras nacionales.

Su historia fue contada, de manera a la vez amena y minuciosa, por Boris Márquez, en su libro *Cerámica en Penco: industria y sociedad* (2014). Su texto, investigado laboriosamente, permitió organizar un relato coherente y documentado del devenir de la industria pencona de la loza. Una materia hasta entonces relegada a la memoria afectiva e imperfecta de antiguos vecinos; y amenazada, por lo mismo, por la distorsión y el olvido.

Debía corresponder al mismo autor, criado entre loceros y residente siempre en Penco, la labor de completar su investigación. Develados ya los arcanos del fabricante, faltaba reconocer ahora sus productos. Un catálogo razonado, comprensivo, que de cuenta de épocas, marcas, diseños y decoradores, era la tarea pendiente. El presente libro la aborda con inusual erudición, no exenta de amor filial. La historia y el catálogo ahora reunidos, permiten poner en valor décadas de trabajo artístico. Para los pencones, es el reconocimiento de una tradición, de graves implicancias sociales, que debe enorgulleclos. Para muchísimos chilenos, que acompañaron sus encuentros y cenas familiares con piezas de loza decorada en Penco, sin duda las imágenes les traeran gratas reminiscencias. Es también el sentido de este libro. Más que catalogar con mero afán científico, su autor persigue reforzar la identidad y la memoria de su pueblo, a través de su mayor patrimonio artístico industrial. Es el valor de los buenos libros, en es-

pecial en regiones como la nuestra, que conservan poco patrimonio físico de su notable pasado.

Boris Márquez, decíamos, era la persona llamada a escribir este libro. No solo por su formación académica rigurosa de investigador histórico, ni siquiera por su residencia en Penco. Hacían falta, para completar la tarea, también otras virtudes. Había que convencer a los vecinos de Penco de abrir las puertas de sus casas, para registrar y fotografiar los objetos que ilustran las páginas de este bello libro. Su perseverancia, modestia y pasión de coleccionista, fueron la llave que lo hizo posible.

Las Piezas del Olvido, título que el autor dio a su obra, era justo antes de publicarla. Pero ya no lo es. Estamos convencidos de que, tal como ocurrió con su historia de la fábrica, este libro será leído con interés por los interesados en las artes decorativas; especialistas o simples aficionados. Se leerá mucho en adelante, dando nuevo valor a la loza pencona,

repartida todavía por toda la geografía chilena. No habrá más olvido para este patrimonio recuperado.

Las Ediciones del Archivo Histórico de Concepción se regocijan de poder ofrecer al público esta nueva obra del autor. Se confirma con ello su vocación por los estudios regionales; que también es el compromiso de la editorial. Gracias al apoyo de Fondart y, muy especialmente, al talento fotográfico y al artístico diseño de Siegfried Obrist, hemos logrado un resultado de gran calidad. Un texto que perdurará en el tiempo, cautelando en sus páginas, un tesoro recobrado de loza regional. Una historia irrepetible y, a partir de ahora, inolvidable.

Armando Cartes Montory



INTRODUCCIÓN

Hace exactamente un año, nos propusimos un desafío investigativo con los lectores de nuestro primer texto, *Cerámica en Penco: industria y sociedad 1888-1962*, editado bajo el sello del Archivo Histórico de Concepción. En la ocasión planteamos la estructura de nuestro estudio, alcances y los problemas metodológicos de presentar en un solo relato la historia de la empresa y sus relaciones laborales, en conjunto con un catálogo detallado de su producción decorativa en general.

Este segundo volumen responde a este último postulado, de entregar de forma razonada y ordenada la manufactura artística de las empresas dedicadas a la alfarería industrial en Penco, entre los años 1962 a 1995, a saber: *Fanaloza, Lozapenco y San Juan*.

Ahora bien, ¿por qué 1962, como momento divisorio de los dos libros de la industria de la cerámica pencona?. Desde un punto particular, por la aprobación de las pruebas de porcelana Bone China en Fanaloza, convirtiéndose en la primera producción en serie de artículos decorativos y, desde un punto general, correspondiente al cambio generacional de los administradores técnicos de la fábrica, como consecuencia de un nuevo paradigma enfocado en la estética y la belleza del producto. Todo en el contexto de una época de hegemonía de Fanaloza en el concierto nacional y latinoamericano.

Con todo, es menester aclarar que el presente catálogo no representa, en manera alguna, la totalidad de las producciones de las industrias mencionadas, que en una mayoritaria proporción fueron objetos utilitarios o de uso cotidiano, sin que en su proceso de elaboración interviniera el equipo decorativo. Por el contrario, cada manufactura solamente estaba representada por un línea especial, comercialmente decorativa. Aquellos productos hoy son valorados por la singularidad de su procedencia nacional y por la estética de su forma y decoración.

A pesar de la convivencia cotidiana con estos objetos, ciertamente, desconocemos bastante de su origen, técnicas, estilos, artistas y decoración en general. En algunos casos, como en producciones excepcionalmente de gran calidad, como lo fue la línea de *porcelana de hueso*, se confunde su procedencia fácilmente por la de manufacturas altamente experimentadas del continente europeo.

Con este catálogo, cumplimos nuestro compromiso, de poner al alcance de especialistas, coleccionistas y público en general, más de un siglo de tradición ininterrumpida de cerámica industrial en la ciudad puerto de Penco, Región del Biobío.

Por último, es justo subrayar, que este texto no hubiese sido posible sin la ayuda de personas que contribuyeron con conocimientos, testimonios y objetos en la indagación y preparación de esta investigación. Debo agradecer a Armando Cartes Montory, por su colaboración académica en la revisión del texto. A los amigos de la Sociedad de Historia de Penco, en especial a Osvaldo Sepúlveda Coddou, Jaime Robles Ribera, Manuel Suárez Braun, Manuel Castillo Miranda, Samuel Acuña Reyes y Víctor Hugo Figueroa, alcalde de Penco y escudriñador del pasado pencón. Al Museo de Historia Natural de Concepción, principalmente a su director Marco Sánchez



Florero *Walter Stark*
Pintado a mano sobre cubierta
Col. B. M.

Aguilera y a las funcionarias Gloria Cárdenas Troncoso y Roxana Torres Rossel.

Agradezco especialmente a Luis Ascencio Araya, Presidente del Sindicato Fanaloza, por su esfuerzo por mantener vivo el patrimonio industrial de la cerámica en Penco, un anhelo de la gran familia locera de ayer y hoy.

ACRÓSTICO

ODA AL LOCERO DE JAMAL¹

Fundiendo el arco iris,
Artífice ingenioso,
Nácar de estrellas
Aprisionas en tus obras.
Laboras la estructura,
Osado en el concepto, y
Zumos de alquimia extraña
Agregas con destreza.

Purificado el barro
Entre tus manos sabías
Nace a la luz tu arte,
Cual perla cultivada,
Oh ingenio de la loza!

¹ *Fanaloza en Marcha*, Penco, N° 6, noviembre de 1964.

FANALOZ





CERÁMICA,
LA GRAN INDUSTRIA
DE PENCO

Desfile del personal y deportistas de Fanaloza. Olimpiadas CRAV, Penco ca. 1965.



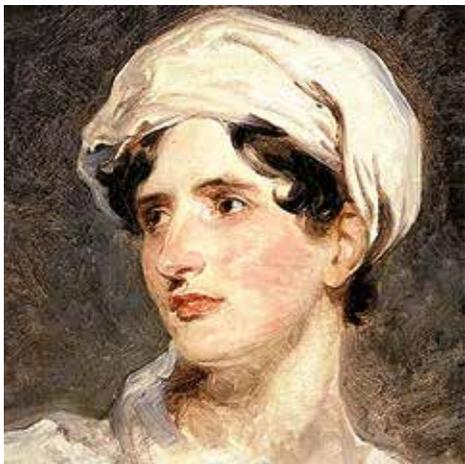
Vista del puerto de Penco, postal coloreada Carlos Brandt, Concepción, ca. 1910.

La industria de la alfarería es la más antigua de la ciudad puerto de Penco. En un principio los pueblos autóctonos modelaron el barro de su suelo para transformarlo en utensilios rústicos para el desarrollo de la vida cotidiana. Posteriormente, los conquistadores españoles asentados en la bahía construyeron sus hogares y edificios del mismo material, así como cacharros utilitarios que comercializaron en los mercados locales de la Capitanía General de Chile.

La construcción sería una de las primeras industrias primarias ligadas a la alfarería. Constatábamos en el primer volumen de nuestra investigación, que:

“En tiempos coloniales la producción era común y se sectorizó en la ribera del río Penco y en chacras aledañas. Entre los primeros emprendimientos, se conoce que en el antiguo molino de Alejandro Candias -donado posteriormente a la Compañía de Jesús establecida en la ciudad- se producía gran cantidad de ‘adobes y ladrillos en el sitio’, inclusive antes de 1647”².

² Boris Márquez Ochoa, *Cerámica en Penco: industria y sociedad 1888-1962*, Concepción, Ediciones Archivo Histórico de Concepción, 2014, p. 24.



María Graham en 1819, óleo pintado por sir Thomas Lawrence (detalle).

Posteriormente y con toda regularidad la producción de ladrillos y tejas prosperó y formalizó su conducción. En 1835 dominaba el mercado la firma Briges y Cía.³ antecesora de una veintena de emprendimientos alfareros para fines de siglo, según consignaba Roberto Espinoza en su *Guía Comercial*⁴. Penco sería considerada en adelante, y por todo el siglo XX, como la capital provincial de la industria alfarera por sus más “célebres y antiguas fábricas de ladrillos”⁵, la mayoría de ellas producidas en los cerros alrededor de Lirquén.

En la alfarería doméstica Penco también ganó prestigio, sus cacharros eran comercializados en los principales puertos del país y eran especies cotizadas en el típico Mercado de Chillán⁶. En el centro de abastos de Valparaíso, no fue diferente, según rememoró María Graham, viajera y escritora inglesa que visitó el país en 1822. En su diario de residencia, testificó sobre los artículos de Penco diciendo:

“Fuera de estos artículos de consumo ordinario, la gente del pueblo expone en venta ponchos, sombreros, zapatos, tejidos groseros, útiles de greda y algunas veces jarros de greda fina de Melipilla o de Penco y tacitas del mismo material para tomar mate”⁷.

3 Víctor Hugo Figueroa Rebolledo, *Libro de Oro de la Historia de Penco*, Concepción, Trama Impresores, 2014, p. 196.

4 Roberto Espinoza, *Guía General de las provincias de Ñuble, Concepción, Bío-Bío, Arauco, Malleco y Cautín*, Santiago, Imprenta Cervantes, 1891, p. 194.

5 Sin autor, *El Libro de la provincia de Concepción*, Santiago, Talleres gráficos de “El Imparcial”, 1944, p. 211.

6 Boris Márquez Ochoa, “Actividades comerciales e industriales del antiguo Chillán: 1835-1939”, en Armando Cartes Montory (ed.), *Chillán las artes y los días*, Concepción, Ediciones Archivo Histórico de Concepción, 2014, p. 110.

7 María Graham, *Diario de su Residencia en Chile y de su viaje al Brasil*, Madrid, Editorial-América, p. 175.

Pasarían varios lustros para que los emprendimientos artesanales de producción utilitaria, modernizarán y organizarán manufacturas modernas en la ciudad puerto. El primer intento industrial documentado fue la *Fábrica de loza i artefactos de arcilla de Penco*, que fundará en 1888 el empresario penquista Roberto Lacourt Ojeda. Dio inicio a un período que hemos denominado *preludio de la industria de la cerámica en Penco (1888-1927)*, a propósito de ser un período que “representa un estadio inferior de proyectos empresariales fallidos, que no hizo sino que absorber fuertes capitales con resultados negativos: la insuficiente liquidez, la menor calificación del capital humano, una administración liviana en el conocimiento del rubro y un tanto de azar desfavorable, fueron las características de esta etapa. Pese a ello, a estos empresarios y técnicos se deben las prospecciones que determinaron el puerto de Penco como lugar principal para la instalación de la manufactura de la arcilla y el caolín. Las noticias de sus éxitos y fracasos constituyeron un manual de experiencias que ayudó a consolidar, posteriormente, la *Industria Nacional de Loza Penco*, que, corrigiendo las problemáticas de esta etapa, logró, con buena salud, llegar a medio siglo de producción”⁸.

Fue la figura de Juan Díaz Hernández, con el apoyo de sus hijos, que afianzó el éxito de la industria, que desde 1930 funcionó como Sociedad Anónima bajo la razón social de *Fábrica Nacional de Loza de Penco*, conocida popularmente hasta 1982 como *Fanaloza*.

Posteriormente, desligada de la familia fundadora, como *Lozapenco* hasta principios de la década del 90, para transformarse nuevamente en *Fanaloza*, de la mano de un consorcio industrial, que supo devolverle la posición de liderazgo en la producción y comercialización de cerámicas en Chile y el extranjero.

El prestigio de la marca, por su calidad técnica y estética alcanzó cobertura nacional y proyección internacional desde temprano. Gracias a lo cual el nombre de Penco se ha unido indisolublemente al de la industria de la cerámica. ¿Quién de los compatriotas no asocia a Penco con Fanaloza?, por ejemplo. Es que la empresa ha permeado la esencia de la ciudad industrial, al punto de relacionarse el gentilicio pencón, con el de locero.

La influencia de 130 años de ininterrumpida producción ha transformado la fisonomía del puerto, consolidando un tejido social con identidad, íntimamente imbricado al auge industrial, que marca su existencia al ritmo de la sirenas que llaman a los turnos; La ciudad que se enorgullece con los triunfos deportivos, de equipos que llevan el nombre de las empresas; que crece y se estratifica socialmente reflejando la propia estructura empresarial. Es la industria de la Cerámica, es la historia de Penco.

⁸ Boris Márquez Ochoa, *Cerámica en Penco...*, p. 36.





EL ARTE DE
MODELAR Y DECORAR

Proceso de fileteado, Penco ca. 1985.



Trono, jarro y vaso conmemorativos, producidos a propósito de la coronación de Isabel II, soberana del Reino Unido (2 de junio de 1953). Col. M.S.

La evolución de la industria de la cerámica de Penco y su expansión en el mercado nacional e internacional derivó a un desenvolvimiento y perfeccionamiento en el área de diseño y decorado. Atrás quedaba una primera experiencia, de consolidación, que estuvo ligada principalmente a la producción doméstica, constructiva e industrial (1927-1962)⁹, para dar entrada en la empresa, a una profunda modernización de la conceptualización estética del producto.

La tercera generación de la familia Díaz, fundadora de Fanalza, proyectó profundos cambios e introdujo nuevos conceptos gráficos y estéticos portados de la experiencia industrial del viejo continente. Recogieron este aprendizaje y promovieron la modernización los primos Reginaldo Díaz B. y Jorge Díaz C., en un viaje de trabajo por las más importantes fábricas de cerámica de Europa. Este se realizó entre 1960-1961 y fue el punto de inflexión para los cambios positivos y el desarrollo de líneas exclusivamente decorativas.

El propio Reginaldo implementaría a su regreso, dos procesos de mejoramientos generales, consistentes en lo que él denominó “expansión con mecanización” y “calidad en la terminación”¹⁰. Este

⁹ Ídem.

¹⁰ *Fanalza en Marcha*, Penco, N° 2, Septiembre 1962.

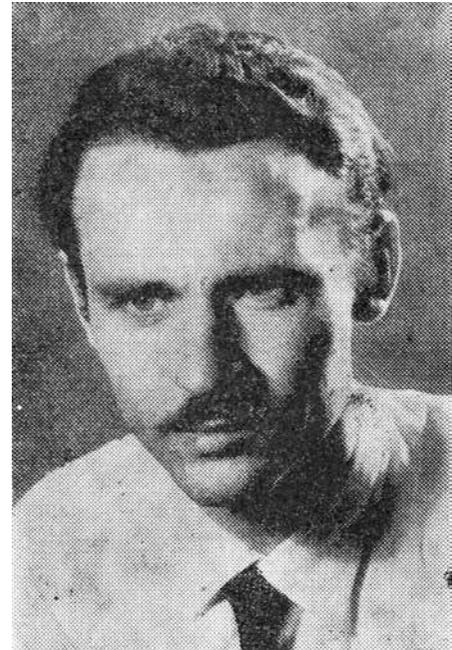


último mecanismo fue la palanca dinamizadora y el paradigma de una nueva concepción, que llevó a la empresa, no sólo a mejorar el remate de los productos ofrecidos, sino a expandir el nicho de venta, al mercado del lujo, lo que procuró la línea Bone China de inspiración británica y, posteriormente, Walter Stark de influencia alemana. En esta etapa, *El Sur* consignaría: “el prestigio alcanzado por Fanaloza, con la calidad de sus productos, ha rebalsado nuestras fronteras, demostrándonos que es una industria que hace honor al país”¹¹.

En este contexto, la empresa logró reunir a distintos actores especializados. Para principios de 1960, trabajarían entre otros los profesionales: Vladimir Posavac K., Hugo Pereira D., Roberto Benavente C. y Fernando Sanz C. Todos los líderes de los cambios estéticos y adelantos decorativos.

Posavac K., ingeniero extranjero, relevó el aporte del diseño industrial, juzgaría que “la política de las empresas latinoamericanas tendrá que ajustarse a esa realidad de nuestro tiempo y mirar el futuro con el criterio de sus colegas europeos y norteamericanos, dando la importancia que le corresponde, al diseño industrial, para así poder competir y conquistar mercados tanto en el propio país, como en el exterior”¹². Para él, cuatro elementos constituían los eslabones de la modernización y que se implementarían en el desarrollo de la nueva gestión de Fanaloza, a saber:

- a) La atención: sencillez de la forma, síntesis expresiva del objeto. Armonía del color. Novedad y originalidad. Belleza.
- b) El interés: acción dinámica de la forma. Función comprensiva y lógica. Buenos materiales. Precio.
- c) El deseo: apelativos emocionales a instintos, hábitos, y necesidades. Confort, comodidad. Fácil uso. Conveniencia. Garantía y,
- d) La volun-



Vladimir Posavac K., Penco 1963.

¹¹ *El Sur*, Concepción, 5 octubre de 1950.

¹² *Fanaloza en Marcha*, Penco, N° 2, septiembre 1962.



Óleo “Fábrica Nacional de Loza de Penco” del pintor Santiago Prudanti de 1945. La obra es custodiada por el Sindicato Coprosa I, Fanalozza Penco.

tad: buena distribución y exposición del objeto. Destaque de cualidades. Comparación. Publicidad”¹³.

Sintetizaba su visión Posavac, con su clásica declaración “lo feo no se vende”. La administración correspondió su posición, pero sin perder su mirada en las ventas y la demanda de los clientes. Años después, se consolidaría el proyecto y la administración de Lozapenco, institucionalizaría la petición del polaco instituyendo en 1986 el Departamento de Diseño Industrial.

Este Departamento fue constituido “para mejorar el nivel de los productos que la empresa está vendiendo en el mercado y aprovechar en forma eficiente el potencial profesional existente en la industria”¹⁴. El equipo de trabajo fue presidido por Alfonso Marín e integrado por los profesionales Roberto Benavente, Juan Carlos Zablah, Margarita González y Orlando Marré. A este selecto grupo le tocó la tarea de concebir y definir los artículos y las líneas antes que éstas enfrenten el proceso productivo.

La experiencia profesional y el conocimiento del mercado internacional fue la visión que consolidó la última etapa de la producción decorativa de la fábrica de Penco. Expresaba su presidente ejecutivo, Feliciano Palma: “los diseños van variando de acuerdo a los gustos y preferencias de los compradores, principal-

mente del mercado externo, para lo cual se recurre a la búsqueda de ellos en el exterior”¹⁵.

En el apogeo de la industria la estética fue la brújula que guió los procesos productivos, permitiendo alcanzar estándares internacionales en calidad y comercialización, asimismo la satisfacción del público nacional y latinoamericano. La administración nunca escatimó en solventar la mejoras técnicas y al personal adecuado para desarrollar nuevos productos y diseños. Una pléyade de empleados de distintas partes del mundo dejaron una huella imborrable en las áreas de Decorado, Laboratorio y Serigrafía, entre otros.

Es el caso, de Dieter Stark, diseñador norteamericano que presidió la producción de Bone China a fines de la década del '70 hasta su cierre. “hombre afable -recuerda Ana Oñate- de cordial trato, nos separó junto a María Ester Escobar y nos hizo trabajar en diseños con productos de moldes antiguos, pero en loza común”¹⁶. En sus diseños, destaca los tonos oscuros decorados con oro de 24 kilates, de marcada influencia alemana, de la cual es necesario seguir profundizando.

“Todos los espacios para crecer y aprender, sanciona Roberto Zuchel- ofreció la administración lo-cera, para perfeccionamiento de nuestro arte y de la calidad del producto”¹⁷.

13 *Fanalozza en Marcha*, Penco, N° 3, enero 1963.

14 *Ventana del Ceramista*, Penco, Año 1, N° 3, Agosto de 1986.

15 *El Sur*, “Séptimo Aniversario Lozapenco”, Concepción, 12 de octubre de 1989.

16 Entrevista Ana Oñate, Penco, enero 2016.

17 Entrevista Roberto Zuchel, Penco, marzo 2016.

SECCIÓN DECORADO

Vinculada tradicionalmente a la Planta de Vajillería, fue el núcleo creativo y artístico de la fábrica en la centuria de su existencia. El polo de concentración de los profesionales y autodidactas del pincel que imprimieron estilo y decoración, inclusive a las piezas de concepción utilitaria. En las décadas del '60 y '70, no obstante, funcionó, además, una sección anexa en la Planta de Bone China, que dinamizó y perfeccionó el proyecto artístico de Fanaloza hasta la excelencia, pero siempre vinculado con la sección principal y más antigua.

La sección dependiente de Vajillería se emplazó en la manzana de las calles: Infante, Toltén, Freire y Cochrane. La Gerencia de la Planta definía los lineamientos y fijaba las metas productivas, acogida y supervisada por el Jefe y el Sub jefe de Sección. En 1943 la producción alcanzaba un total de 10 mil a 12 mil piezas diarias de decorados sencillos; fileteado y pegados de calcomanías. Presidía la planta Luis Díaz con el asesoramiento de Ernesto Ortíz.

La modernización de la mano de la técnica inglesa, llegó en el verano de 1960, cuando asumen Eduardo Díaz Roni, como Gerente; Domingo Sepúlveda y Ernesto Ortiz como Jefe y Sub jefe respectivamente de la Planta. Ellos proyectaron una reestructuración del personal, instituyeron laboratorios anexos, mecanizaron los procesos y, crearon líneas decorativas nuevas.

Para 1963, la publicación periódica de la empresa, decía: “se ha ido en estos tres años, al pulimiento y modernismo en todas las líneas de producción. Basta con haber observado la Primera Exposición del Sur, en que Fanaloza quedó situada dentro de las mejores industrias progresistas” y, agregaba que la Sección de Decorado se proponía “llegar a la producción de 700.000 piezas decoradas mensuales”¹⁸.

¹⁸ *Fanaloza en Marcha*, Penco, N° 3, enero 1963.



Botella conmemorativa de licor Armagnac, elaborada por Fanaloza para la Facultad de Agronomía de la Universidad de Chile.



Parte del equipo de la sección Bone China en 1969

De izquierda a derecha: Vladimir González, fileteador; Rebeca Montalba, decoradora; Sonia Quiroz, decoradora; Luz Gallardo, decoradora; Sergio Barra, decorador; Raúl Moraga, operador de horno; Ivana Sanhueza, pegadora de calcomanía; Elva Cartes, decoradora; Hernán Riquelme, Ponceador; Ana Oñate, decorador; Luis López; Carlos Romero, operador de horno y clasificador; María Ester Inostroza, decoradora; Iván Vásquez, fileteador y Genaro Díaz, jefe de la Planta.

A fin de alcanzar los objetivos planteados, se implementó con éxito el Laboratorio de Estampado, que dirigió Fernando Sanz C., con la misión de asesorar los decorados bajo y sobre barniz, así como experimentar con nuevos métodos y procesos de ornamentación, a fin de ser implementados en la fábrica. Segundo los trabajos, Luis Fehrenberg M. “preocupado especialmente en la preparación de colores y demás funciones correspondientes a Estampado de Serigrafía”¹⁹.

También, fueron el complemento perfecto para la fórmula creativa de Fanaloza, los escultores Hugo Pereira Díaz y Hernán González del Campo y el diseñador Roberto Benavente, de quienes daremos mayor información en el capítulo siguiente.

Para finalizar el proceso y asegurar los atributos de las piezas producidas, se implementó un Departamento de Control de Calidad, que monitoreaba el desarrollo del producto desde la fase inicial de transformación de la materia prima hasta el empaquetado final para su comercialización, todo bajo las normas acreditadas del Ascal (Asociación Chilena de Control de Calidad).

LABORES COTIDIANAS

Artistas y decoradores cumplían iguales exigencias de horario que el común de los empleados y obreros. Las labores productivas se extendía desde el día lunes a sábado de cada semana en único turno de

8:00 a 16:30 hrs. y la antesala al festivo de 6:00 a 14:00 hrs. en la sección de decorado del proyecto de Bone China.

El contexto cotidiano del decorador, eran sus sencillos útiles y herramientas frente a una serie de objetos diversos de un blanco intenso, en proceso productivo. Ahí, iniciaba diariamente la tarea creativa, la explosión de arte para vestir la fina cubierta de porcelana o cerámica. La tarea desempeñada en espacios comunitarios –un gran mesón los cobijaba– era en realidad una labor solitaria.

Lo habitual en cada proyecto decorativo fue la autonomía del artista. Sólo en producciones encargadas y objetos especiales, el decorador recibía una tutela del jefe de sección y los colegas se unían para alcanzar las metas. “Recuerdo haber tenido completa libertad en el momento de preparar las piezas, ahí estaban la paleta de colores y yo, a igual que mis colegas”, recuerda Ana Oñate²⁰. Igual proceso se daba en otras fábricas del país, por lo que compartimos el juicio del investigador de Lota Green, Héctor Uribe, cuando sentencia:

“La libertad en la decoración era una de las características de las piezas pintadas a mano. Esto demuestra el nivel técnico alcanzado por las cerámicas, quienes producto de su maestría lograban mezclar colores y agregaban detalles a través de su diestro pincel”²¹.

²⁰ Entrevista Ana Oñate, Penco, febrero 2016.

²¹ Héctor Uribe Ulloa, *Cerámica de Lota. Patrimonio cultural de un pueblo*, Santiago, RIL editores, 2011, p. 113.

¹⁹ Ídem.

En otras ocasiones se trabajaban con modelos tomados de revistas, postales e inclusive “colocábamos jarros con flores para captar la esencia” y plasmarla en las piezas. Para los pedidos especiales, la sección tuvo que especializarse en retratos, paisajes de gran formato en azulejos y dominar tipografías para recuerdos, regalos y placas funerarias. “Las personas podían pedir cualquier pieza con la frase o nombre que solicitarán”, continúa Roberto Zuchel, señalando: “las placas funerarias, artículo desconocido, fue un buen negocio y fue habitual que las tuviera que realizar diariamente”²².

Según la pieza y estilo se utilizaba los métodos de decorado de bajo cubierta y sobre cubierta, siendo la diferencia el esmaltado de la pieza en el momento de decorar. La intervención más común fue con la pieza ya barnizada.

Conjuntamente con el decorado a mano se habitaba utilizar las calcomanía y en el último período diseños impresos en máquinas estampadoras. Las calcomanías eran importadas desde países con tradición alfarera, como Alemania, Inglaterra y en América Latina desde Argentina, para posteriormente ser producidas internamente.

Los materiales tradicionales con que se llevaba acabo las tareas diarias eran mínimos y de orden común, a saber; un torno manual estabilizador de la pieza, variedad de pinceles de pelo de camello, una paleta de pigmentos minerales, petróleo, aguarrás y

oro. Suficiente para iniciar la génesis de una pieza maestra.

El proceso finalizaba con la el sello de exclusividad de cada artista y decorador, según el caso. “Todas las piezas –comenta Elva Cartes- pintadas a manos tenían que identificarse con el nombre de nosotras, eran timbres que nos diseñaba Roberto Benavente”²³ y, en el caso de agotarse estos calcos, se debía escribir el nombre a mano alzada. Fue la impronta moderna y diferenciadora de otras industrias, la marca nativa del nombre propio para el decorado exclusivo.

FORMACIÓN ARTÍSTICA

La instrucción de los empleados decoradores fue una preocupación para la industria. Conseguir el personal adecuado y calificado eran circunstancias poco frecuentes, en que en algo ayudó la movilidad laboral, como fue el caso de Filomena Bórquez o Nadeshda Mordwinkin. La primera de Cerámica Cala de los Andes, Región de Valparaíso y la segunda de Cerámica Lota de la ciudad homónima. Bórquez, por su larga trayectoria, fue esencial en los años 60 y 70 en la formación interna del personal y la consolidación de técnicas plásticas para decoración sobre cubierta.

También la administración patrocinó espacios externos para la enseñanza artística, como lo fue el Taller 64 de Hugo Pereira, que formó a decenas de jóvenes en el arte escultórico y plástico. Con materiales restantes y platos con detalles los educandos tra-

²² Entrevista Roberto Zuchel, Penco, marzo 2016.

²³ Entrevista Elva Cartes, Penco, marzo 2015.



Hugo Pereira instruyendo al personal nuevo en el arte escultórico y plástico.

bajaban diariamente, aprendiendo todo el proceso de confección de la pieza y su decoración en sus variadas técnicas. La preparación no tenía costo alguno, ni fechas límites, en casos esta podía durar más de un semestre, hasta que eran presentados en la sección decorados para iniciar la etapa remunerada. No todos eran contratados, el proceso de selección era estricto y el perfil de artistas y decoradores muy elevado.

El personal que lograba ser contratado, seguía en constante aprendizaje y desafíos internos. Los más adelantados del equipo compartían sus conocimientos con el personal nuevo y se consolidaban grupos de trabajo y formación entre ellos. No era extraño que algunos alcanzaran la reputación de “maestros” por sus pares, por su destreza artística y la cordialidad en el momento de enseñar.

En el proyecto Bone China, la formación fue el motor del éxito. El equipo fue exigido al máximo para alcanzar la perfección del producto y la mejor calidad. Nuevas técnicas y procesos se adoptaron y una cosmovisión de la excelencia y la estética fue una

brújula que guía la producción. Un desafío mayor fue la Línea Imperio, que exigió la contratación de personal calificado y el apoyo de técnicos y decoradores especialistas para el fileteado en oro y las terminaciones. Como había que agudizar los sentidos y adquirir cultura visual artística fueron patrocinados para un viaje de camaradería a Santiago a mediados de los años 60, en el que visitaron el Museo de Bellas Artes empoderándose de la trayectoria artística nacional y extranjera.

“El viaje fue una experiencia nueva y enriquecedora que nos motivó a continuar con nuestro trabajo y a perfeccionar nuestro arte”, es el recuerdo de Rebeca Montalva²⁴.

Era el esfuerzo de la administración y los empleados por alcanzar la excelencia en el trabajo de modelación y decoración, que fue retribuido por el mercado nacional y latinoamericano con la aceptación de sus productos.

24 Entrevista Rebeca Montalva, Penco, enero 2016.



Peces del catálogo Bone China, ca. 1964.





PROTAGONISTAS

Roberto Benavente, diseñador y Hugo Pereira, escultor, dialogando sobre la producción de Porcelana Bone China, 1966.



La Damita, una de las primeras figuras decorativas de la planta de Penco. Elaborada en la década del '40. Tres tamaños.
Col. B. M.

La industria de la cerámica se caracterizó por requerir un gran número de operarios y empleados en el proceso general de producción y comercialización de su mercancía. En lo que respecta a Fanalozza y posteriormente Lozapenco, el número de trabajadores alcanzó en promedio a la suma de 1.500 personas aproximadamente y, en los mejores años de esta última, a 3.000 empleados²⁵.

CUADRO: FLUCTUACIÓN PERSONAL

PERÍODO	PERSONAL
1927	150
1933	850
1950	1554
1956	2261
1982	365
1984	1077
1986	1427
1989	2800

Fuente: Memorias 1932-1960, periódicos *El Esfuerzo*, 1933 y *El Sur*, 1989.

Dentro de la totalidad del personal contratado, un número muy menor corresponde a las áreas de diseño, decorado y control de calidad, de interés especial en esta investigación. Su relación contractual con la empresa en termi-

²⁵ Ciertamente esta última cifra, dice relación con los manejos viciados en la administración de personal, que término con el dueño principal de la empresa, Feliciano Palma, condenado por su actuar ilegal en materias de derecho laboral y tributario.



Administración Fanaloza, Penco ca. 1963.

nos de contrato, remuneraciones, horarios, entre otros y la relación con sus pares por medio de la afiliación a los sindicatos es equivalente al general de los trabajadores. No obstante, los diferenciaba, como se advirtió en el apartado anterior, la coexistencia de un personal habitual y otro de carácter extraordinario. El primero, calificado internamente por prácticas recurrentes de autoaprendizaje, procesos de ascenso céntrico y de mayor estabilidad, es el personal dedicado principalmente al fileteado, decorado simple, pegado de calcomanías y otras tareas básicas. El segundo grupo, corresponde a los artistas, personal foráneo de formación externa, en ciertos casos formal, con desarrollo creador en la

comunidad y de estabilidad momentánea por proyectos productivos acotados. Entre estos existió, inclusive, una separación material, recordará Elva Cartes, decoradora: “había una separación, ellos (artistas) estaban en otro espacio”²⁶.

La presencia de los artistas prestigió la marca quienes intensificaron la creación de productos. Tanto Fanaloza como Lozapenco acogieron a personalidades de primer nivel en las artes plásticas, conformando internamente un colectivo activo a las demandas de la industria y de la comunidad en general.

²⁶ Entrevista Elva Cartes, Penco, marzo 2015.

GENERACIÓN FANALOZA

La generación de Fanaloza, conformada a propósito de la línea Sussex Bone China, principió en los albores de la década del '60, desempeñando su labor hasta fines de 1973 aproximadamente. Su director creativo fue Hugo Pereira Díaz, escultor y artífice de los modelos clásicos de esta línea. Se asentó en Penco a la edad de 28 años, recuerda la prensa en enero de 1963: "últimamente trasladó su hogar a este pueblo fabril, indudablemente con el fin de amoldarse más a la disciplina industrial que su cargo le exige, esto parece indicar que en Penco anclará su carpa bohemia"²⁷. Su liderazgo lo asoció a un grupo de destacados artistas que orbitaban el gran Concepción, verbigracia: Albino Echeverría, Jaime Fierro, Juan Calderón, Fernando Calvo, Jaime Fica, Héctor Ramírez, Pedro Retamal, entre otros. Estimuló y preparó a otros, como: Elva Cartes, Ana Oñate, Rebeca Montalba, María Inés Inostroza y Sonia Quiroz. Esta sería la época de oro en la creación artística en la industria pencona, centro de arte y cultura plástica en la provincia de Concepción.

GENERACIÓN LOZAPENCO

Esta generación fue constituyéndose con empleados ingresados a la industria en una etapa de transición administrativa, en los últimos años de Fanaloza. Época de transformación de la industrial nacional, a propósito de la implementación de políticas económicas radicales de libre comercio y competencia; además, en el contexto interno de la fábrica, del congelamiento

de la Planta de porcelana de hueso, que dispersó y alejó algunos artistas de la industria locera.

Los que permanecieron tanto al cierre productivo de la línea Bone China y al quiebre de la industria en 1982, se agruparon en la Sección de Decorado de la Planta de Vajillería. Desde ahí se configuró un nuevo remanente de artistas y decoradores de gran calidad, que conjugó la experiencia de la generación anterior y el potencial de las nuevas contrataciones.

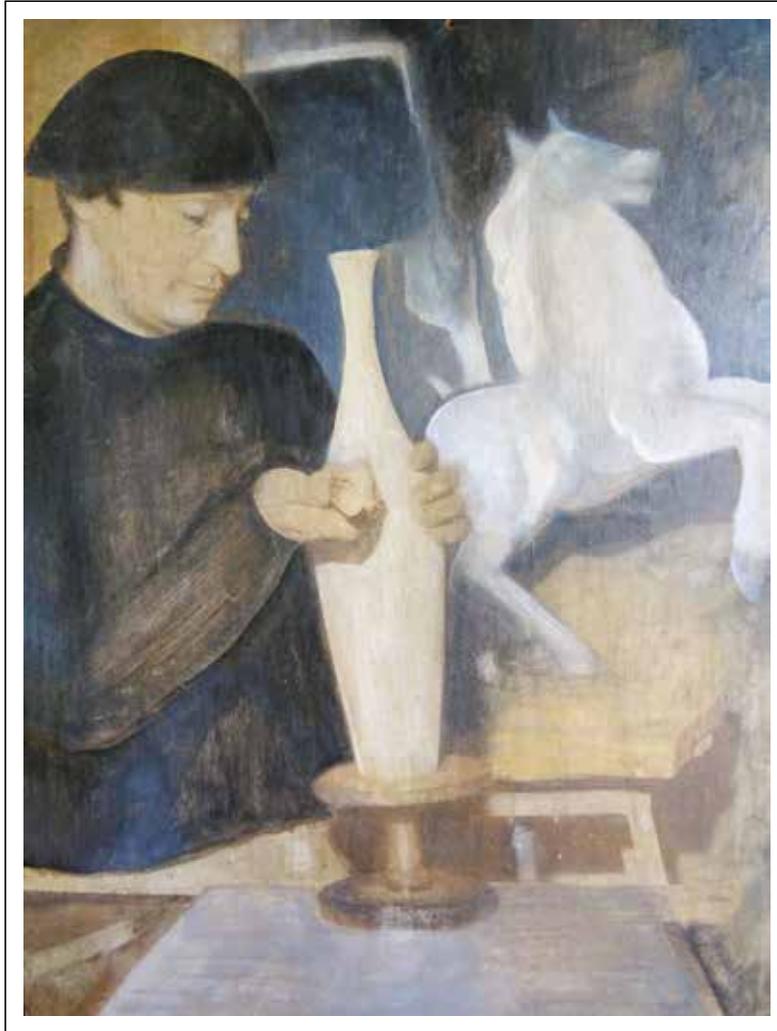
Destaca en este colectivo, la técnica de pintura sobre barniz, con diseños orientados al paisaje nacional, especialmente las marinas de la bahía de Concepción y escenas rurales de los alrededores. Así también bodegones y una amplia gama de motivos florales.

Entre las personalidades de esta generación, vale subrayar el aporte del diseñador y matricero Hernán González del Campo, que llegó de la industria de Cerámica de Valdivia a ocupar el puesto de Hugo Pereira. De él provienen los diseños de las piezas más emblemáticas de Lozapenco, como la serie de animales. Destacan en la pintura, los artistas: Sergio Barra, Roberto Zuchel, Gastón Delgado, David Suazo, entre otros.

A continuación, se presenta una galería de los artistas y decoradores más representativos y a los cuales se pudo contactar. Se revisa sucintamente sus vidas, obras y el aporte a la industria locera, que en varios casos, fue de una larga vida de trabajo.

Se advierte, que los nombres que siguen, no fueron los únicos y que muchos otros de dilatada carrera no lograron ser entrevistados o se omitieron por motivos de espacio.

²⁷ *Fanaloza en Marcha*, Penco, N° 3, enero 1963.



Hugo Pereira Díaz, esculpiendo un florero de la línea Sussex.
Fotografía coloreada Jennifer Pereira, ca. 1964.

HUGO PEREIRA DÍAZ

Oriundo de Valparaíso, nació el 25 de diciembre de 1932, sus padres Juan de la Cruz Pereira Villar y Ester Díaz Pino. Conforme a su testimonio, en su infancia fue movido al aprecio y sensibilidad por el arte, expresaría: “desde muy niño sentí en mí la atracción de las Bellas Artes, estimulado por el ambiente familiar”²⁸. Estudió en la Escuela de Bellas Artes de aquella ciudad, aunque consideraba el aporte autodidacta de mayor importancia para su formación como escultor.

Radicado en la provincia de Concepción, desde 1960 proyectó su arte escultórico con el Grupo “Los Cuatro”, compuesto por los artistas Albino Echeverría, Rafael Fuentealba Vilches y Héctor Ramírez Carvajal²⁹. En su primera etapa cosechó triunfos den-

tro y fuera de la Región del Biobío. Una de sus primeras participaciones fue en la Sala de Arte Panagra de Chillán, donde obtuvo el primer premio. Sus triunfos auguraban una gran carrera con proyección nacional y la administración de la industria elogiaba su desempeño y le incentivaba a la creación artística.

En Fanaloza asoció su mayores saberes, la escultura y la alfarería. Un sinergia que produjo la línea de mayor prestigio de la fábrica, Sussex Bone China. Su creación alcanzó la calidad de las mejores manufacturas europeas y se elevaron a medio millar sus creaciones que llevan su firma y talento.

Su centro de creación fuera de la empresa era un galpón ubicado en el antiguo emplazamiento del Hotel Coddou, centro recreacional de la época dorada del turismo pencón. En las ruinas del balneario arrendó algunas piezas e implementó su taller en el que por una década sería el punto neurálgico

²⁸ *Fanaloza en Marcha*, Penco, N° 3, enero 1963.

²⁹ Fernández Vilches, Antonio, “Albino Echeverría C. pintor, dibujante y muralista”, en *Atenea*, Universidad de Concepción, año 1990, N° 461, p. 34.



Diploma Premio Municipal 1968, Penco.



Escultura Alegoría a las Américas, ca. 1975.

del quehacer artístico pencón, espacio de creación y formación de una generación de jóvenes ceramistas y decoradores. “Una gran cantidad de personas venía a su taller aprender las diferentes artes que don Hugo enseñaba y ví a muchos artistas, como don Albino frecuentar el local”³⁰, recuerda la pintora Ana Oñate. En este, espacio además, modeló el ejemplar del monumento público más importante de Penco, su “Alegoría a las Américas” que se instalaría en la Plaza de Armas de la ciudad en 1972.

Radicado en Santiago, en la comuna de La Florida estableció un taller en su casa habitación del cual germinaron muchas creaciones, como la popular alcancía de vivienda del Banco Estado y proyectos para la industria Machado con la cual estuvo ligado por varios años³¹. En una visita a su centro de producción, poco antes de fallecer, el autor del libro observó con familiaridad la reproducción de objetos creados por él para Fanaloza y un diploma amarillento que le otorgó la Corporación Edilicia de Penco, por obtener el Premio Municipal de 1968, por su “labor artística como Director del Taller 64”. Era su tesoro y el recuerdo de sus mejores años en la ciudad puerto que le dio tantas alegrías y satisfacciones. Su Penco, ciudad que amó y que nunca dejó de recordar.

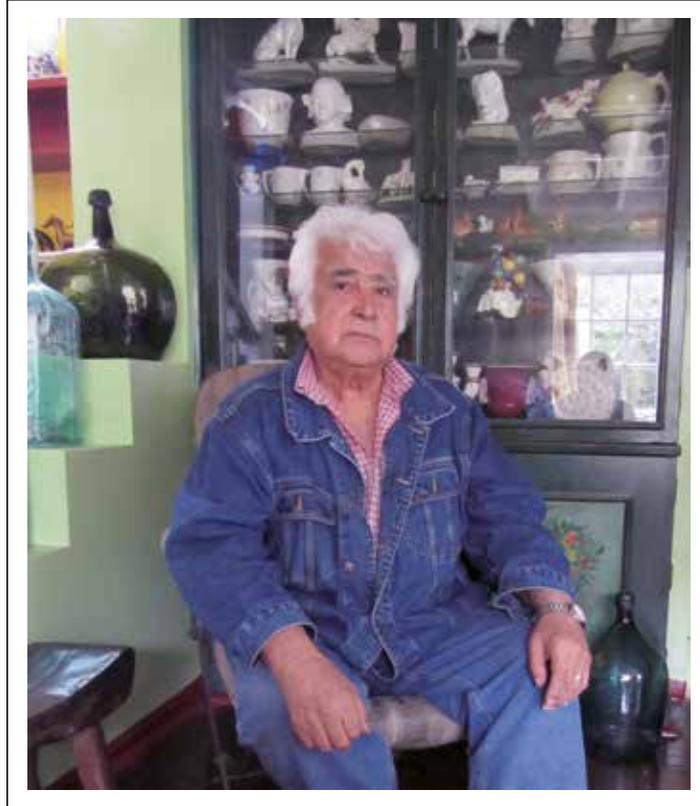
El 31 de marzo de 2014 dejó de existir, a la edad de 82 años, en la ciudad de Santiago.

³⁰ Entrevista Ana Oñate, Penco, febrero 2016.

³¹ Entrevista Cristina Garrido, Santiago, febrero 2016.



Hugo Pereira en su taller en La Florida, Santiago, 2015.



Albino Echeverría Cancino, Concepción, 2014.

ALBINO ECHEVERRÍA CANCINO

“A pesar del mínimo tiempo que pasó con nosotros en la fábrica, se le recuerda como un gran artista y un maestro de las artes plásticas”³². Es el recuerdo de Elva Cartes sobre la influencia del pintor Echeverría en el período en que trabajó en la línea Bone China.

Sus obras son escasas, todas en el estilo Imperio, bajo barniz y producidas para eventos y pedidos especiales, como fue el copón en dos piezas obsequiado al Presidente de la República Eduardo Frei Montalva en 1971³³.

Contratado a fines de los años 60, estuvo con su amigo Hugo Pereira entregando su arte y experiencia profesional al proyecto de porcelana de hueso que implementaba Fanalozza. Su labor fue, junto a otros artistas penquista, el remate artístico de las piezas de la línea Imperio.

32 Entrevista Elva Cartes, Penco, febrero 2015.

33 Entrevista Hugo Pereira, Santiago, enero 2003.

“La producción era baja, porque se debía decorar cada pieza y no era sencillo, era un trabajo de creación lento”³⁴, recuerda Echeverría y, probablemente uno de los principales motivos de la supresión del proyecto Imperio al poco tiempo de su puesta en marcha.

Echeverría es natural de Cauquenes, provincia del Maule. Nació el 26 de julio de 1929 y desde pequeño vivió y estudió en Concepción, lugar elegido por sus padres para

34 Entrevista Albino Echeverría, Concepción, marzo 2014.



asentarse. Su primer acercamiento con la pintura fue una muestra que visitó a la edad de 25 años, lo que lo sedujo al trabajo plástico. Ingresó en 1954 a la Academia de Bellas Artes de Concepción, donde conoció a Tole Peralta, maestro que estimula la creación estética y despierta su vocación artística.

Su vasta labor -afirma Antonio Fernández en 1990- ya ha trascendido el ámbito de la zona centro sur, en la que fundamentalmente ha desarrollado su vida plástica,

y ello le ha permitido un señalado reconocimiento nacional”³⁵.

Entre los múltiples premios que ha recibido destacan el Premio Municipal de Arte de Concepción 1978³⁶ y Premio Regional de Arte y Cultura Marta Colvin de la Región del Biobío.

35 Fernández Vilches, Antonio, “Albino Echeverría...”, p. 36

36 Margarita Gatica Villarroel, *Premios municipales de arte de Concepción 1953-2004*, Concepción, Ediciones Universidad Bío-Bío, 2006, pp. 159-163. .

Paisaje en potiche Bone China, ca. 1970.

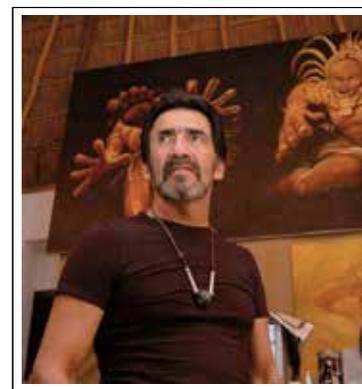


JAIME FIERRO DURÁN

En la antípoda del artista consagrado, se inicia el trabajo del artífice Jaime del Carmen Fierro Durán, oriundo de Temuco (1945), quien llega a Penco en busca de oportunidades laborales en el área plástica, motivado por sus condiciones naturales al diseño y dibujo y una profunda sensibilidad cultural. Ingresó a la fábrica “sin recomendación”, sólo con un trabajo personal hecho en cerámica, que le permitió iniciar a principios de 1970 labores en la sección de decorado de Fanaloza.

Principió en el mesón de las decoradoras con la misión de realizar diseños sencillos. Sin embargo el primer día su destino cambiaría radicalmente, comenzando un ejercicio artístico con pares de gran relevancia y una oportunidad de experimentación de nuevas técnicas y procesos creativos. Fierro recuerda:

“estuve un día con las decoradoras y vi pasar un trabajo hermoso que iba al horno y pregunté ¿quién lo había realizado? Me contestaron: Albino Echeverría, al instante solicité conocerle y entrar en el grupo de los artistas, a lo que se me llevó a la presencia de Hugo Pereira, líder de la sección, quién me hizo efectuar un diseño de prueba en un pizarrón, que gusto a Pereira, logrando ingresar a su círculo, permitiéndome desde



aquel día cambiar de diseño, romper con el esquema y perfeccionar mi arte”³⁷

En el grupo, Fierro destacó por su rápida adaptación y la proyección de su arte fuera de los muros de la fábrica. Sus obras esenciales, fueron la decoración de paisajes y escenas de artistas clásicos en porcelana con la técnica de bajo cubierta, además de la pintura de murales en gran formato de alta demanda.

Su talento logró dominar la práctica del pintado con azul cobalto sobre piezas en bizcocho, que para su época era uno de los mayores desafíos. Su técnica fue sumergir la pieza en agua hasta saturarla, luego dejar que el líquido bajara lentamente, para aplicar el cobalto en su tonalidad más natural y pura. “Esa estrategia se institucionalizó, recuerda Fierro, en adelante” .

Jaime Fierro al término de su contrato con Fanaloza, proyectó su carrera artística a nivel nacional e internacional. Obtuvo, entre otros reconocimientos, la Medalla de Oro en el Salón Nacional de Bellas Artes de Chile en 1985, premio que lo motivó a viajar por Sudamérica con el fin de exhibir su arte, para radicarse definitivamente en México el 2002, cosechando éxitos y premios.

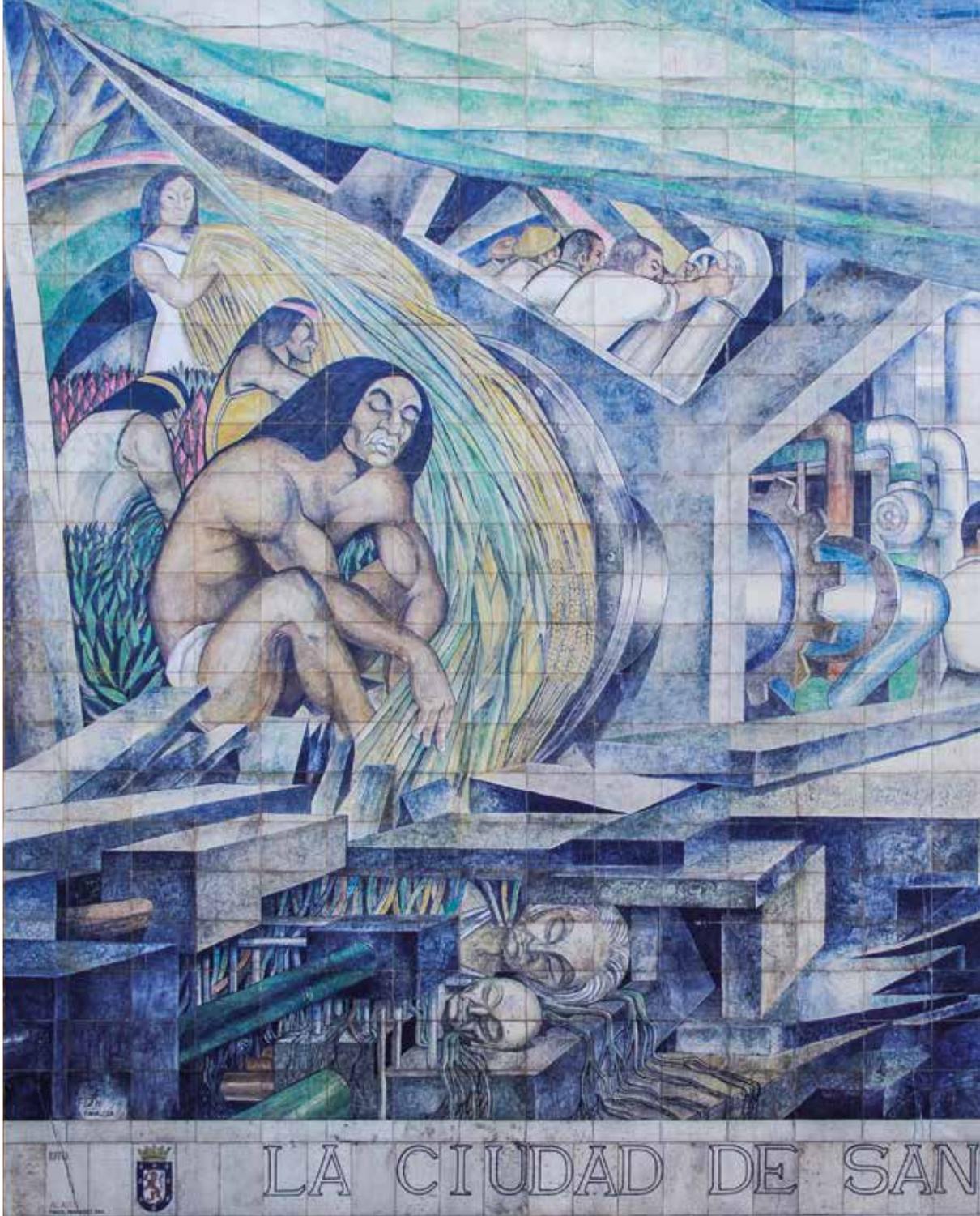
37 Entrevista Jaime Fierro, Concón, septiembre 2015.

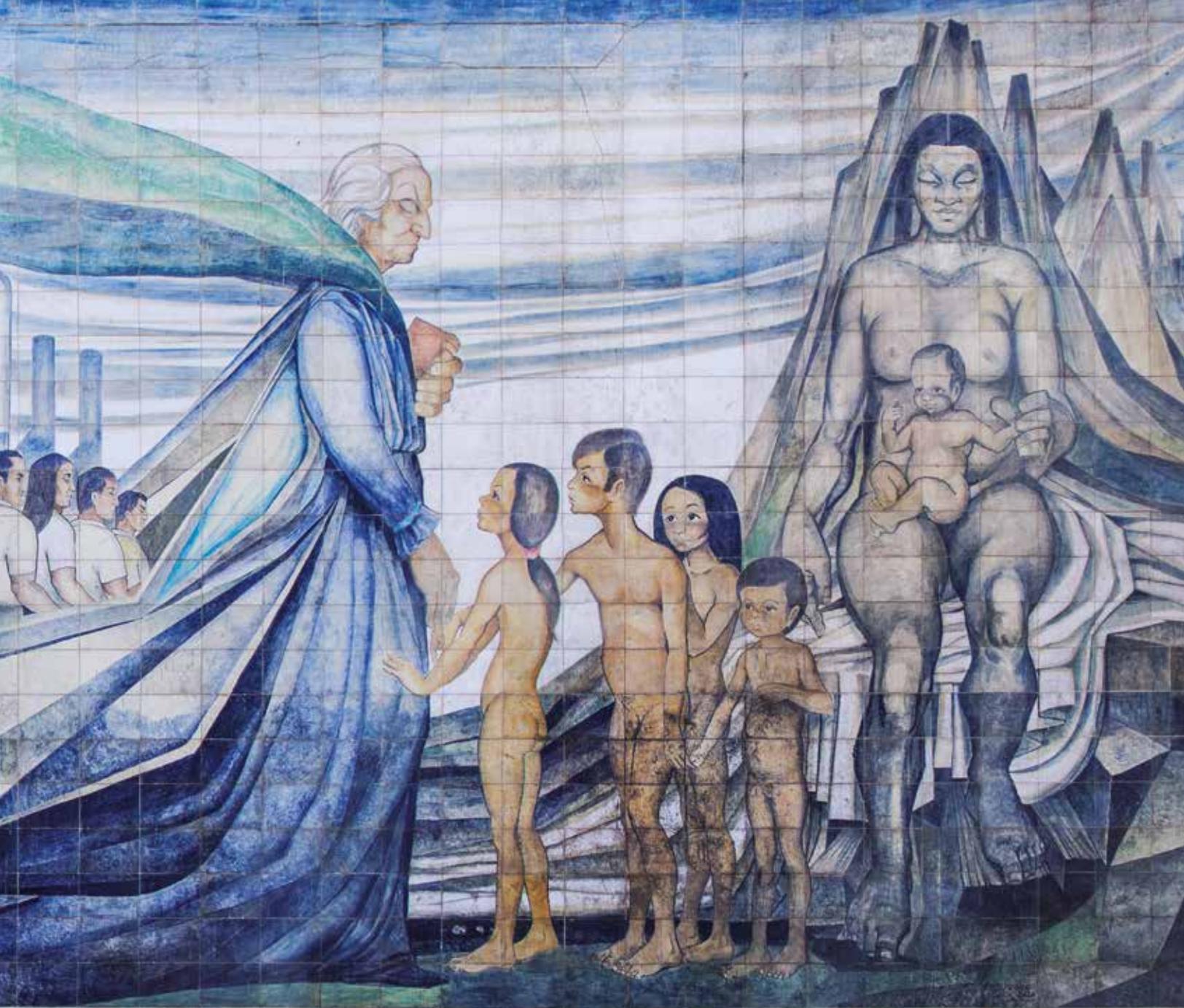
La ciudad de Santiago a Gabriela Mistral

Emplazado en el corazón de la Alameda, a los pies del Cerro Santa Lucía se encuentra este mural, con que rinde la ciudad capital homenaje a la Nobel chilena.

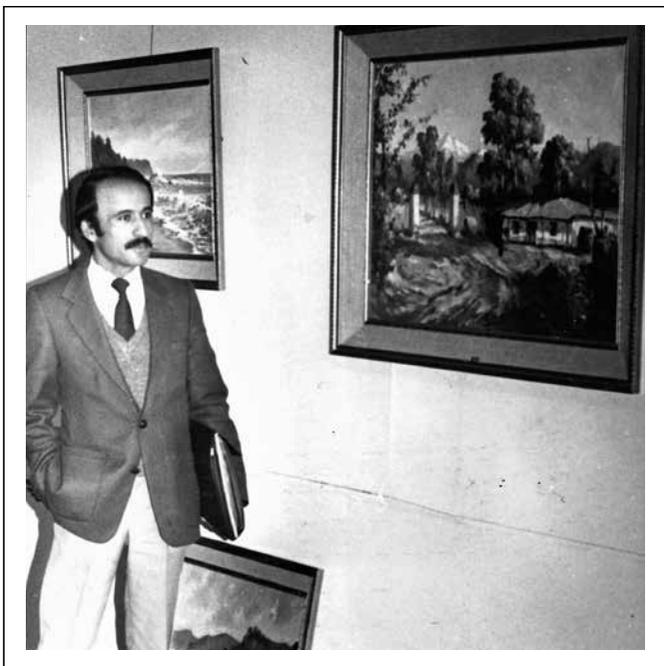
Fue realizado por Fernando Daza Osorio (1930-2016), destacado muralista nacional, por mandato de la I. Municipalidad de Santiago y con la colaboración de *Fanaloza*.

Detalle del logo de la Fábrica Nacional de Loza, Penco.





TIAGO A GABRIELA MISTRAL



Pedro Retamal, en su primera Exposición, en el Salón del Banco Estado de Concepción, a mediados de la década del 80 y retrato de él en la actualidad.

PEDRO RETAMAL RETAMAL

“Lo mío siempre ha sido la pintura y la creación”³⁸, asevera Pedro Retamal, pintor que desde los 13 años tomó el pincel para estampar sus profundas “vibraciones del alma” en el lienzo.

Originario de Concepción, nació el 9 de agosto de 1951. Realizó sus estudios básicos y secundarios en la ciudad puerto de Tomé, donde floreció su vocación artística que fue reafirmada con su participación en el Círculo de Bellas Artes de la ciudad, donde recibió la tutela de los maestros Rafael Ampuero, Raúl Sanhueza, Nemesio Antúnez y María Luisa Pantoja.

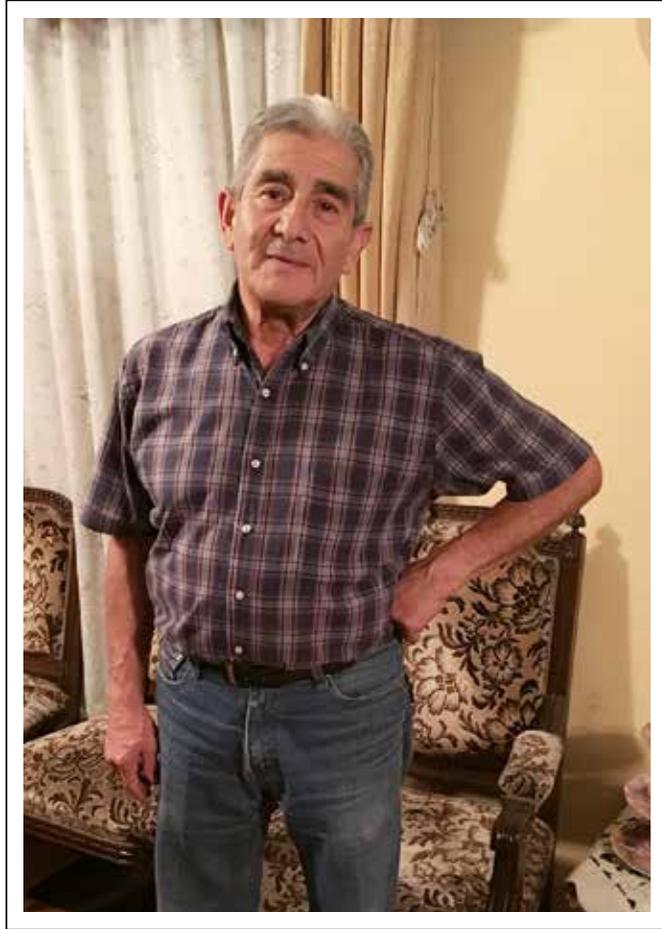
Estas experiencias artísticas lo motivaron a postular a un puesto de decorador en Fanaloza, que se hizo efectivo en 1978. “Fue un año de mucho aprendizaje, porque pintar un cuadro es muy diferente a pintar en cerámica”, pero el entrenamiento resultó positivo y Retamal pudo consolidar su arte, plasmándolo en bellas marinas y paisajes que decoraron ánforas, medallones y piezas ornamentales de gran nivel.

Desde la industria su arte se proyectó hacia la ciudad. Su primera exposición personal la realizó en el Salón de Exposiciones del Banco del Estado de Concepción a comienzos de los años 80. Desde aquella experiencia su nombre comenzó a sonar en el ambiente artístico.

En virtud de su ascendente carrera artística, decidió en 1984 dejar la empresa y dedicarse exclusivamente a las artes; en la creación y enseñanza. Su trayectoria ha sido insigne en el contexto penquista y nacional. El recuerdo de sus años de Fanaloza los resume de esta forma:

“Los años en Penco, trabajando en la fábrica de loza fue una experiencia muy enriquecedora, llena de desafíos y nuevas prácticas que enfocaron mi futuro. Me esforcé por desarrollar una escuela de paisajes costumbristas, que creo que conseguí implementar y, ese es mi mayor logro en Fanaloza”.

³⁸ Entrevista Pedro Retamal, Concepción, mayo 2016.



Sergio Barra, Concepción, 2016.

SERGIO BARRA MATAMALA

“Mi trabajo en decoración fueron los años más bellos de mi vida. Un empleo que nunca pensé obtener, pero que me dio muchas gratificaciones”³⁹, recuerda el artista Sergio Barra sobre sus más de tres décadas en el rubro de la decoración, en varias fábricas de producción de cerámica en Penco.

Era natural de Temuco, nació el 12 de octubre de 1943 y confiesa que desde niño sintió una atracción y sensibilidad por el arte, destacándose en el colegio de su pueblo natal en el área de la plástica.

En busca de nuevos horizontes, llegó a Penco a principios de 1967, a una entrevista con Calixto Rodríguez, jefe de personal de Fanaloza quien le ofreció una prueba en la sección de decoración de la fábrica. “Yo no sabía nada, como mezclar los colores y qué pintar, pero observé a los colegas que estaban en el mesón y fui aprendiendo la técnica y los estilos”. El período de ensayo duró un mes, tras lo cual fue contratado indefinidamente.

Inició sus labores en la sección de Bone China, destacándose rápidamente por su habilidad con el pincel y por sus relaciones laborales con sus compa-

ñeros de trabajo. Ahí conoció a Filomena Bórquez, supervisora, quién lo apartó para los pedidos especiales y, posteriormente, para la atención de los retratos e inscripciones conmemorativas y para las placas funerarias.

Cerrado el proyecto de la porcelana decorativa, se desempeñó como supervisor en la Planta de Azulejos, hasta que con la nueva administración de Feliciano Palma fue llamado como decorador principal de Lozapenco, donde logró desenvolverse en el área artística, como pintor de paisajes y naturaleza muerta. En 1985 expone en la Sala del Instituto del Banco Estado de Concepción.

Su última experiencia es formativa y como pintor en la empresa San Juan, de propiedad de Eduardo Díaz, donde presta servicios hasta el cierre de la fábrica, en 1998. Destaca por las pinturas de paisajes campestres y flores para platos decorativos. Ana Oñate, recuerda de él: “A mi me ayudo mucho, nunca fue egoísta con su conocimiento, me retaba para que yo aprendiera. Fue un maestro tanto en Lozapenco como en San Juan”⁴⁰.

39 Entrevista Sergio Barra, Concepción, enero 2016.

40 Entrevista Ana Oñate, Penco, enero 2016.



Roberto Zuchel, Penco, 2016.

ROBERTO ZUCHEL MATAMALA

Nació en San José de la Mariquina el 16 de mayo de 1943. Sus padres, Gustavo Zuchel B. e Hilda Matamala M., eran inmigrantes alemanes que se asentaron en el sur de Chile. Las artes manuales fueron su predilección, dedicándose desde niño a la construcción de modelos de barcos en madera, que eran vendidos por una familiar en el paseo turístico al borde del río Calle-Calle.

Por motivos de estudio y trabajo se trasladó a Concepción, donde desarrolló una veta musical, fundando el Cuarteto Roni, que produjo conciertos en toda la provincia de Concepción. De esta forma se hicieron conocidos y le permitió frecuentar Penco e interiorizarse de sus actividades económicas.

Fue así que, en octubre de 1963, ingresó en Fanaloza, en la Sección de Decorado a cargo de Domingo Sepúlveda, que lo guió a sus primeros pasos en la fábrica. “Estuve alrededor de seis meses pintando motivos florales”⁴¹, recuerda Zuchel, hasta que su colega Antonio Urrutia, calígrafo de la sección, por diversos

motivos no continuó y él lo reemplazó exitosamente, convirtiéndose en el “calígrafo oficial” de la industria.

El trabajo era arduo. Escribir todas las piezas de pedidos especiales, “agréguese las placas funerarias, que aunque las personas no las veían en la tienda, era una actividad recurrente y los pedidos de navidad, en los que pesaba semanas enteras con la pluma grabando”⁴².

Tras una salida breve de Fanaloza, regresó en la administración de Lozapenco hasta 1993, donde emprendió con artesanías de concha. Posteriormente fundó la empresa Cerámica Zuchel, dedicada especialmente a placas funerarias, que mantiene su giro con éxito en el presente.

Gastón Delgado recuerda la estadía de Zuchel en la fábrica como “un compañero y maestro en el área del dibujo y de la caligrafía. Fue fundamental para el período que yo estuve trabajando, por su buena disposición a escuchar y compartir sus conocimientos y experiencias con nosotros, sus colegas”⁴³.

42 Ídem.

43 Entrevista Gastón Delgado, Penco, marzo 2016.

41 Entrevista Roberto Zuchel, Penco, marzo 2016.



Gastón Delgado pintando sobre cerámico, Penco 2014.

GASTÓN DELGADO PINEDA

Autodidacta en las artes, es uno de los últimos decoradores de gran nivel que tuvo Lozapenco y que logró proyectar su arte en Ferias a nivel nacional y en un emprendimiento de productos de cerámica que mantiene en su hogar actualmente.

Inició sus labores en la barraca de la fábrica. Alcanzó a estar dos años y fue descubierto por un jefe de la planta que lo llevó a la Sección de Decorado, donde iniciaría un proceso de aprendizaje. “Recuerdo que llegué para practicar, no tenía ninguna noción de pintar, fue un momento tenso, pero observando y con la ayuda de Roberto Zuchel, logré aprender como decorar sobre cerámica”⁴⁴.

Al tercer día de práctica, llegó el jefe de planta a preguntar por los avances de Delgado, contestando el jefe de Decorado: “tiene ganas y actitud”, desde

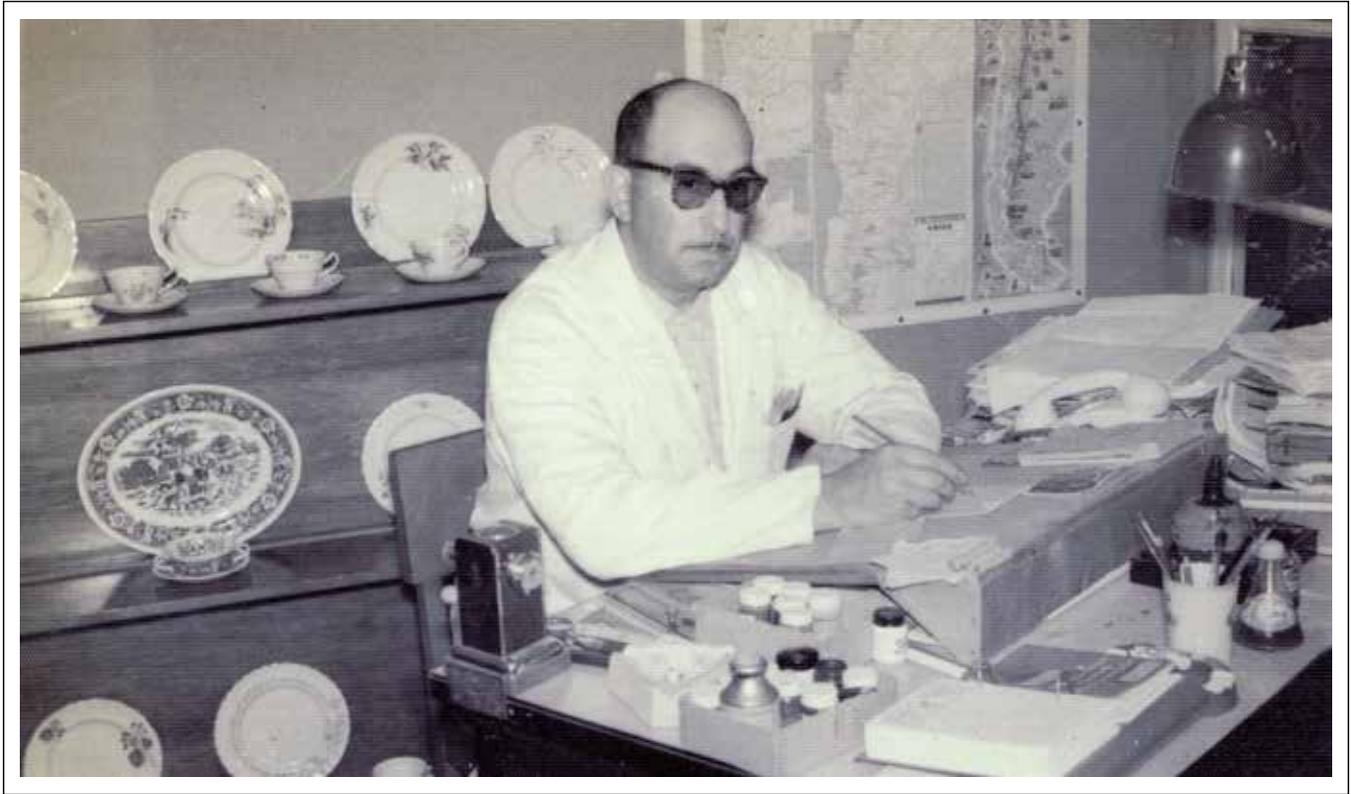
ese día a mediados de los 80 Gastón Delgado comenzaría a trabajar estable en el elenco de los decoradores, convirtiéndose, con el tiempo, en uno de los discípulos más adelantados de Lozapenco.

Alcanzó a trabajar 6 años en la administración de Palma y 3 en San Juan, hasta fines de los 90, para emprender definitivamente con un taller propio en su casa habitación, emplazada en calle Cruz 145, Penco. La empresa lleva el nombre de su hija “Alondra” y actualmente se dedica al decorado de murales y placas funerarias.

“Era un joven muy emprendedor e inteligente, rememora Ana Oñate, estuve con él en la última etapa de San Juan y se que emprendió con éxito un taller con mucho ingenio. Lograba grandes paisajes que eran muy cotizados en platos y murales”⁴⁵.

44 Ídem.

45 Entrevista Ana Oñate, Penco, febrero 2016.



Roberto Benavente en su estudio de trabajo en la fábrica, febrero de 1963.

ROBERTO BENAVENTE CRISOSTO

Otra figura señera y de gran relevancia en el departamento de decorado fue el artista Roberto Benavente Crisosto, quien ingresó a la fábrica de cerámica a mediados del siglo XX, con el propósito de diseñar artefactos sanitarios. Principió como ayudante del dibujante inglés John Clunn, con quien perfeccionó su talento manual en el dibujo y diseño. Más tarde, precisaría sobre esta etapa de aprendizaje y sobre su maestro inglés, como la persona “que me enseñó todo lo que sé”⁴⁶.

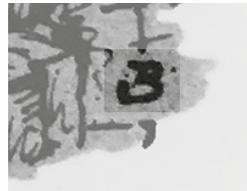
De una antigua familia penquista⁴⁷, su educación primaria y secundaria la realizó completa en la ciudad de Concepción donde comenzó a expresar una afición por las artes plásticas. Esto lo llevó a matricularse en la Escuela de Bellas Artes de Santiago, egresando con la especialidad de escultor.

⁴⁶ *El Sur*, Concepción, 12 de octubre 1989.

⁴⁷ Roberto Benavente nace en Concepción el 21 de mayo de 1923.

La calidad de su trabajo y la maestría que logró adquirir en el arte del dibujo, permitieron su ascenso definitivo como titular y maestro en el área de diseño de decorados. Su labor fue esencial para toda el proceso productivo, tanto que los ayudantes profesionales que le acompañaron en algunas jornadas no lograron establecerse, por lo riguroso y calificado de la plaza laboral. Recordaba Benavente: “Es tanto que cuando salgo con vacaciones (no por enfermedad porque no me enfermo nunca), dejo esta oficina cerrada. No es que sea irremplazable, pero no hay gente que haga este trabajo y como los pedidos se hacen con anticipación, pongo candado a la puerta y me voy”.

Con herramientas sencillas: lápiz, algunas plumillas, tinta china, lupa y goma, realiza su ardua labor, consistente en esbozar en papel diseños originales y reproducciones, que mediante un proceso de impresión en calcomanías, se pegan en la vajillería y en ar-



Gráficas de Roberto Benavente para calcografía y detalles de su firma. Izquierda, Plato Willow; Derecha, síntesis de las tres dimensiones de la ciudad de Penco; su historia, turismo e industria. Col. B. M.

títulos decorativos. De la misma forma, concibe los gráficos para las máquinas estampadoras de vajillería y azulejos.

Para 1989, un reportaje del periódico *El Sur*, consignaba: “diez mil diseños ha hecho Roberto Benavente en sus 38 años de dibujante”⁴⁸, una cifra que seguiría creciendo hasta el final de su carrera. Entre sus obras de mayor relevancia, se puede citar el plato Willow⁴⁹ y el decorado especial de un juego fino

48 *El Sur*... 1989.

49 Sobre este diseño se ha elaborado un interesante estudio denominado: *De lo cotidiano a lo 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 por la Universidad de Chile, de que es autora Cynthia Aguilera Fernández, 2016.

de vajillería que se regaló al papa Juan Pablo II en su visita a Concepción el día domingo 5 de abril de 1987, en el Club Hípico.

Rememora una experiencia con sus creaciones diciendo: “tuve una satisfacción en el Mercado de Chillán. Un día que pasé a almorzar, me sirvieron en un plato que yo había diseñado hacía muchos años. Le pregunté a la señora del local dónde lo había comprado para adquirir uno. Me dijo que los conservaba como hueso de santo, que eran de buena calidad y que le gustaban los dibujos que tenían... Bueno, no los pude comprar y me quedé con las ganas de tener un trabajo mío que se conservaba tan impecable”. Firmaba sus creaciones con la inicial de su apellido “B”.

Fallece en Penco el 21 de noviembre del 2005.



Juego de vajilla conmemorativa obsequiado al Papa Juan Pablo II, a propósito de la celebración Eucarística por “El Mundo del Trabajo”, realizada el 5 de abril de 1987, en el Club Hípico de Concepción. Fotografía de Arturo Mari, L’Osservatore Romano Citta’ del Vaticano. Custodia las piezas el Museo de Arte Sagrado de la Universidad Católica de la Santísima Concepción.



Ana Oñate en sus labores de decoradora en Fábrica Loza Penco, ca. 1985, y retrato en la actualidad.

ANA OÑATE MONSALVE

De padres refineros, llegó a la industria locera con la oposición de ellos. Nicolás, su padre le dijo: “¿cómo vas a ser empleada de los loceros?”, recuerda Ana. Era “porque que en esos años existía una rivalidad entre las dos fábricas”⁵⁰, pero ella insistió a tal punto que se retiró del Liceo Técnico de Concepción para entrar al proceso de formación de Fanaloza en el taller de Hugo Pereira.

Principiaba la década del 60 y ella entraba al Taller 64 de Pereira, donde iniciaría su formación que duró ocho meses de intensa labor no remunerada, pero liberada de todo costo económico, hasta su examen en la fábrica que permitió su contratación definitiva. “Cuando me presenté a la prueba, cinco señoritas más dieron el examen pero sólo yo quedé; fue un período largo de prueba, pero que me permitió crecer como profesional”.

Dentro de la fábrica continuó su formación, al terminar cada turno se acercaba la supervisora Filomena Bórquez quién le corregía y aconsejaba la mejor técnica y coloración para los objetos que decoraba. Luego sería Sergio Barra quien, por medio de sus consejos, lograría consolidar su arte.

Ana Oñate nació en Penco el 5 de septiembre de 1940. Toda su vida profesional la entregó a la industria alfarera, como decoradora. Trabajo en la línea Sussex hasta el cese productivo, para continuar en la Sección de Decorado en la Planta de Vajillería, luego de la quiebra, con la nueva administración de Lozapenco, para terminar en la empresa San Juan hasta fines de los 90.

Sus manos son el testimonio de una vida de sacrificio y entrega, al trabajo que le dio dignidad y la oportunidad de valorar la vida y a su familia.

50 Entrevista Ana Oñate, Penco, febrero 2016.





Lozapenco[®]

Comercialización

Stand de Lozapenco en FISA a mediados de los 80.
Fotografía Raúl Mora.



Proceso de decoración de Jarro cervecero. Lozapenco ca. 1985.

Un proceso de mayor complejidad y pausada consolidación fue el de equilibrar el prestigio de la marca y la calidad de los productos con la rentabilidad económica. La industria de la cerámica en Penco, debió subsanar diversas problemáticas y desplegar una estrategia de venta sólida que alcanzó a trascender los límites nacionales.

Comercializar artículos decorativos de forma masiva era una experiencia nueva para la industria habituada a la producción utilitaria. El objeto ornamental modificó códigos y amplió el mercado de Fanaloza, que encontró escollos en un comienzo, por el reducido número de clientes a nivel nacional y por la costumbre de estos de importar las piezas decorativas del comercio internacional.

Crear demanda, establecer puntos de ventas y reorganizar la estructura comercial fueron las tareas que enfrentó la industria con el lanzamiento de “productos exclusivos”, los que al poco tiempo, gracias a una eficiente distribución nacional, consolidó la marca y el prestigio de la línea pencona, conquistando un espacio en el mercado del lujo liderado por las antiguas fábricas europeas.



Vistas del interior del Salón de ventas oficial de Lozapenco, 1992.

La administración potenció el área comercial, introduciendo a técnicos calificados e invirtiendo en la capacitación en mercadotecnia, logrando implementar mecanismo que permitieron una constante retroalimentación desde los clientes hacia el área de concepción y diseño de los productos.

Mónica Herrera, experta en la materia enseñaba en la fábrica: “El mercado chileno ha aprendido a valorar, comparar y exigir calidad, por ello es preciso conocer con certeza la posición que tienen los productos de la empresa en el marco de la opinión de sus consumidores”⁵¹

La ejecución de estos lineamientos y acciones, conquistaron éxitos y utilidades económicas a una industria que, después de siete décadas, se decidió a innovar e ingresar de lleno al mercado de la manufacturación de loza y porcelana decorativa.

DEPÓSITO FANALOZA-LOZAPENCO

Un punto clave en la comercialización fue el Local de Ventas oficial de la empresa emplazado en el corazón del complejo industrial en Penco. Edificio de una planta, revestido en madera chilena con los colores institucionales de la fábrica: azul y blanco. Se ubicaba en la intersección de las calles Freire con Infante. “Era como entrar a un supermercado de la loza, todos los artículos que producía la fábrica estaban ahí”. Efectivamente como recuerda Daniel

Vargas⁵², el amplio local permitió la presentación de productos decorativos, como los relacionados con las plantas de vajillería y sanitarios.

Módulos presentaban los artículos sanitarios, en cestas de metal las piezas utilitarias de vajillería para venta a granel y en estantes abiertos los objetos decorativos. Para principios de la década del 90 Jorge Pederna Castro, jefe del Depósito comercial expresaba: “El local de Ventas de la empresa es en estos momentos la mejor vitrina que tiene la industria. En este momento se le está dando la importancia que merece colocando lo mejor de sus producción, porque es la cara visible, y por lo tanto tiene que estar muy bien presentado y creo que eso lo estamos consiguiendo plenamente”⁵³.

Desconocemos los resultados financieros del local, pero para la época de la administración de Lozapenco, se calculaban entre 200 a 300 personas las que visitaban diariamente el negocio, suma que alcanzaba al doble en el período estival, donde el espacio se constituía en visita obligada del turista, que adquiriría los objetos no solo de necesidad o restituía las piezas destruidas de sus juegos de mesa, sino artículos decorativos y *souvenirs*. Funcionaba de lunes a sábado en horario de 10:00 a 14:00 y de 15:00 a 19:00 horas.

El punto de venta contribuyó además, en la perfección del producto por medio de la retroalimentación de los consumidores, se transformó en un

⁵² Entrevista Daniel Vargas, Penco, octubre 2015.

⁵³ *Boletín Informativo*, Penco, núm. 3, año 1, enero 1992, pp. 2-3.

⁵¹ *Ventana del Ceramista*, Penco, n° 2, 1992.

espacio interactivo en la relación de la fábrica y los compradores. Dice Pederna: “Los clientes nos manifiestan sus opiniones con respecto a nuestra producción y ellos, por lo que dicen, están muy contentos y por lo tanto vuelven o recomiendan nuestros productos, los que se traducen en sanitarios, vajillas y otros productos de excelente calidad”⁵⁴.

Otra práctica habitual del local de venta fue la demanda de comerciantes ambulantes, que se proveían de mercancías de loza para comercializarlas en diversos puntos de la provincia y fuera de ella. Es el caso del Mercado de Chillán o de la Feria permanente de Lota que atraía a negociantes para ofrecer los artículos elaborados de Penco, una industria pintoresca del patrimonio cultural biobano.

Los trabajadores de la fábrica concurrían también al depósito para adquirir piezas, pero con beneficios económicos y facilidades de pago que incluían el descuento por planilla. Los empleados de la Sección de Decorado y de la planta Bone China, en cambio, tenían otra práctica, la del remate, que consistía en ofrecer a costos de producción las piezas decoradas con leves imperfecciones. “El supervisor –recuerda Ana Oñate- reunía diversas piezas, creando lotes, colocándole un número que después sorteaba entre nosotras y la persona seleccionada elegía si quería adquirir los productos que luego se descontaban por planilla”⁵⁵.



Detalle de marca con la codificación de un remate a favor de Ana Oñate, Penco, ca. 1972.

⁵⁴ Ídem.

⁵⁵ Entrevista Ana Oñate, Penco, enero 2016.

OTRAS PROVINCIAS DE CHILE

Para los clientes que no podían acceder a la comercialización directa en la fábrica, la administración conformó una red de establecimientos que exponían destacadamente y, en algunos casos, de forma exclusiva los artículos elaborados en Penco. Cientos de vitrinas en todo Chile surtían la demanda utilitaria y decorativa. En los centros poblados de mayor importancia se establecieron negocios de venta de piezas ornamentales, entre las que destacamos La Casa Chica en Concepción y el Almacén El Olivar de Valparaíso.

La Casa Chica, fundada en 1926 por Francisco Asencio S. como una pequeña tienda de artículos de regalos y fonográficos, pasó a manos de Enrique Harms Steffens al término de la Segunda Guerra Mundial (1945). La importadora, bajo la conducción de don Enrique, se especializó en la venta de artículos finos de porcelana, cristalería, cuchillería y artículos de regalos en general llegando a ser un sinónimo de novedades y artículos de calidad en la ciudad de Concepción.

Oswaldo Sepúlveda C., rememora: “la tienda era muy exclusiva, todo Concepción concurría a ella para adquirir sus regalos y los artículos de lujo para su hogar con la certeza de que eran piezas finas y exclusivas, que no se encontraban en otros negocios de la capital penquista. Además, recuerdo muy bien, que tenían una gran vitrina para los productos elaborados en Chile, mi madre, por ejemplo adquirió un precioso juego de cristal Yungay y en menaje resaltaba la línea suntuosa de Fanaloza, al mismo nivel de los objetos europeos”⁵⁶.

El local se emplazó hasta 2004 frente a la plaza de la Independencia, en calle Barros Arana 625, en la Galería Universidad de

53 Oswaldo Sepúlveda Coddou, Concepción, diciembre 2015.



Placa de cerámica de identificación de los productos *Fanaloza*, utilizados en la década del 70, en la tienda La Casa Chica de Concepción.



Detalle vitrina con productos Bone China, en La Casa Chica de Concepción, ca. 1970.



Concepción, donde actualmente funciona el local de venta de Librería Colón.

Por otra parte, El Almacén El Olivar, emplazado en el corazón de Valparaíso, calle Victoria N° 2507, abrió sus puertas al público en 1889 por iniciativa de los hermanos Canessa, inmigrantes genoveses. En 1910 pasó a manos de Agustín Noce, proveniente de la región de Liguria y, posteriormente, en 1926, se encargó del negocio su hijo Silvio Noce, padre de sus actuales dueños: Juan y Paolo Noce. Con un perfil análogo a la Casa Chica, la tienda porteña proveyó los productos ornamentales elaborados por Fana-loza, especialmente la línea decorada en cobalto y filete de oro, reemplazada posteriormente por Machado. Para toda la región porteña destacó la figura de Francisco Fernández Parodi como representante comercial de la fábrica pencona.

MERCADO INTERNACIONAL

Desde 1943 se inicia la exportación de vajillería al mercado latinoamericano, inaugurando una época de expansión de la industria pencona, que posteriormente se consolidará con la “presencia de artículos de primera calidad, reconocidos y premiados en distintas exposiciones internacionales”⁵⁷.

La producción de Bone China sería desde la década del 60 la pieza maestra en el enmarañado escenario internacional, donde la competencia directa eran las manufacturas inglesas, japonesas y, en Latinoamérica, la argentina. La

⁵⁷ Márquez Ochoa, Boris, *Cerámica en Penco...* p. 62.

británica, por ejemplo, para la época, facturaba “125 millones de dólares anuales, siendo el 40% de exportación”⁵⁸. En este contexto Fanaloza compitió y logró conseguir un lugar de prestigio en el continente americano.

Avanzado el siglo XX, la administración aseguraba que “sus productos cubrían entre el 70 y 75 por ciento de la demanda interna” y, además, estimaban que para 1989 sólo en el mercado estadounidense “serían exportados por un valor estimado en 45 millones de dólares”⁵⁹. Los esfuerzos de distribución se centraron principalmente en este país, donde se instaló una oficina en la ciudad de Nueva York, aprovechando las falencias de las empresas competidoras, según el juicio del presidente de la industria, Feliciano Palma: “a nuestro competidores habituales, Argentina y Brasil principalmente, les aventajamos debido a sus procesos inflacionarios internos que han implicado dejar desabastecido el mercado estadounidense”⁶⁰.

El éxito en aquel país, se vería empañado por la estafa de Palma que alcanzó ribetes nacionales, a propósito del profundo problema de cesantía y pobreza en que se vio sumida la ciudad alfarera de Penco.

58 *Catálogo Sussex Bone China*, Fanaloza, Chile. sin información.

59 *El Sur*, “Séptimo Aniversario...”, 1989.

60 Ídem.



Placa de cerámica de identificación de los productos Sussex Bone China, utilizada en la década del 70, en la tienda La Casa Chica de Concepción.



Frontis del Almacén El Olivar que comercializaba la línea Sussex Bone China de Fanalozza, en la ciudad puerto de Valparaíso.



CATÁLOGO
DE PIEZAS



Figuras de porcelana en biscuit de la línea Sussex Bone China. Creaciones de Hugo Pereira Díaz. Circa 1962.

SUSSEX

B O N E C H I N A

La porcelana Bone China de fabricación pencona, representa el esfuerzo modernizador de la dirección de Reginaldo Díaz B., como Gerente de Producción, que buscó satisfacer la demanda de utensilios de lujo y objetos decorativos. Inclusive, logró crear una línea decorativa impermeabilizada, imitando la estética industrial europea de mayor venta y consumo nacional y latinoamericano, lo que convirtió a la fábrica de Penco en un centro de arte y cultura plástica en la provincia de Concepción.

Desde 1961 se experimentó y se llevaron a cabo las primeras pruebas. Se instaló un área de trabajo y un espacioso lugar para decoración en el pabellón de sanitarios, donde el escultor Hugo Pereira Díaz, de 28 años, presidió un equipo de artistas y decoradores, entre los que destacaron Albino Echeverría y Jaime Fica, que prestigiaron la línea que se denominó Sussex Bone China⁶³. El catálogo oficial promocionó la línea comentando:

63 Márquez Ochoa, *Cerámica en Penco...* pp. 70-71.

“El trabajo que realiza Fanaloza en su planta especial de Bone China, en Penco, es un trabajo artesanal como el de todas las otras plantas extranjeras. Nuestros diseños siguen las normas internacionales y se usa para sus terminaciones el costoso oro 24 kilates – opaco. Bone China es una línea como vemos muy especial. Sirve como regalo inapreciado. Ya que su precio se valoriza día a día. Ideal para casamientos, cumpleaños, aniversarios, etc. Bone China es una cuestión de orgullo. Para quien lo regala y para quien lo posee”⁶¹.

Presunción también de los empleados de la línea que la denominaron “Porfina”, atribuyéndolo a un producto de excelencia de la industria pencona y a nivel nacional con el nombre de “oro blanco” por su calidad y valor.

El proceso productivo de Bone China estaba concentrado en la Planta de Sanitarios, donde se destinó un espacio suficiente para la implementación de los hornos mufla, estantes de clasificación, mesones para pulido y decorado, además de laboratorio y oficinas de producción.

La sección funcionó hasta mediados de la década del 70. Los funcionarios fueron trasladados a otras dependencias de la industria o reincorporados a la Sección de Decorados de la Planta de Vajillería. Los diseños y las matrices restantes fueron reproducidas en la administración de Lozapenco y otras vendidas a varias empresas de Chile.

Los años de producción de la marca Sussex fueron de prestigio y de excelencia para Fanaloza, consolidando su hegemonía a nivel nacional y reputación en ámbito internacional, rememora Raúl Mora: “fue un orgullo trabajar en la planta de porfina, donde ví tantas obras bellas y como la gente las atesoraba con alegría y satisfacción”⁶².



Potiches Bone China Col. B. M.

61 *Catálogo Sussex Bone China*, Fanaloza, Chile. sin información.

62 Entrevista Raúl Mora, Penco, enero 2016.

SELLOS DE LA LÍNEA SUSSEX BONE CHINA

De los sellos que grabaron la producción de porcelana Bone China de la industria de Penco, hemos observado en nuestra investigación 4 marcas y algunas variaciones. Según su logotipo hemos clasificado las piezas acercándonos a períodos aproximados de fabricación, a saber:

PRUEBA O PROTOTIPOS: 1962-1964

Corresponde a la elaboración de prueba y lanzamiento de prototipos al mercado local. El logotipo de identificación es el concepto “Bone China” que indicaba el producto y, el nombre de la ciudad de origen “Penco”. A la variante se le agregó el logo de la Corona que representaba a la fábrica y su vinculación estética y técnica con la industria inglesa. Todo en color oro.

No se incluye la palabra Sussex que, luego sería la marca de la línea de producción.

SELLO 1

“BONE CHINA” en tipografía en alta, en línea siguiente “Penco”, en tipografía en alta y baja, todo dorado.

SELLO 1A

Se incorpora el isotipo de Corona que representa a la industria Fanalozza acompañada por las palabras “BONE CHINA”, en tipografía en alta, y en línea siguiente “Penco” en tipografía en alta y baja, todo dorado.

SELLO 1B

Al sello anterior, se incorpora las iniciales de la industria F.N. - L.P. y desaparece la procedencia de la ciudad PENCO.

BONE CHINA
Penco



BONE CHINA
Penco



CONSOLIDACIÓN 1965-1975

Se caracteriza por la incorporación de la marca definitiva de la línea de producción, SUSSEX y, del Isotipo del Pingüino, ave que habita en las costas chilenas hasta la Antártida. Hugo Pereira, recuerda: “se discutió el nombre y la marca que debía llevar la línea Bone China, Reginaldo Díaz era de la idea de soslayar el nombre de procedencia y sugirió bautizarlo con el nombre del pueblo de Inglaterra Sussex, a mí no me pareció mucho la idea y luego de una larga conversación se acordó agregar un ave chilena para distinguir, que si bien la producción se inspiraba en la industria inglesa, no era producida allá” .

Se definen las tonalidades; verde, para el nombre de la marca, negro, para el tipo de porcelana y negro y blanco, para el pingüino. Coloraciones que tendrán variantes de uso, pero que se conservarán hasta el cierre de la planta.

SELLO 2

Isotipo del Pingüino chileno en tono blanco y negro. Palabra SUSSEX en tipografía en alta y baja en manuscrita y, entre guiones la palabra BONE CHINA tipografía en alta, en tono negro.

SELLO 2A

Se agrega la palabra PENCO en tipografía en alta, en tono negro. Se quita los guiones que cierran la palabra Bone China.

SELLO 2B

Todo en tonalidad negro. Se agrega la palabra PORCELANA FINA y CHILE en tipografía en alta.



SELLO 2C

Sticker utilizado como complemento con el logo impreso en folia dorada en fondo azul.



LÍNEA IMPERIO 1968-1973

Su origen proviene del Neoclasicismo del emperador Napoleón Bonaparte y su época, del cual recibe su nombre. Se caracteriza por la manifestación de elementos artísticos procedentes del mundo clásico (romano, griego, etrusco y egipcio) favoreciendo la solemnidad de las formas y su monumentalidad, revalorando el lujo y el poder. Su influencia se extendió por toda Europa y los mayores centros administrativos del mundo. América no fue la excepción y, en Fanalzoa el proyecto Bone China manufacturó piezas de gran nivel y aceptación general.

Al sello anterior, se agrega la corona modelo imperial, símbolo de la industria y de la influencia técnica de las manufacturas inglesas. El nombre de la marca se conserva, pero modificada al estilo conceptual de la línea en producción.

En variantes, se continúa agregando las calcomanías de la procedencia nacional y de los artistas que trabajaron en ella en inglés.

SELLO 3

Isologo compuesto por la Corona Imperial en verde y dentro el logotipo "SUSSEX", en tipografía en alta. Debajo "Bone China".



ALTERNATIVO

Utilizado como marca alternativa. Solo conserva el nombre que identifica al tipo de porcelana de hueso. Se incorpora el nombre de Winston y el isotipo de un alfarero modelando una pieza.

Se mantienen las tonalidades, pero invertidas: la imagen en verde y las palabras en negro.

Sello 4:

Imagotipo compuesto por la imagen de un alfarero sentado modelando dentro de paréntesis todo en tono verde. Arriba al lado derecho el logotipo de la marca "WINSTON" en tipografía en alta, abajo lado izquierdo: "BONE CHINA" con las mismas características.

En los sellos 2, 3 y 4, cuando la pieza era decorada por un artista se incorpora el timbre en tono negro para registrar la procedencia nacional y el pintado a mano. Cada decorador poseía su nombre y tenía el deber de pegarlo en las piezas intervenidas. La información estaba en idioma inglés.



Made in Chile

*Hand Painted
A. Echeverría*

*Hand Painted
S. Barra. No.*

*Hand Painted
R. Montalva*

*Hand Painted
Ana Oñate*

Timbres de los artistas Albino Echeverría, Sergio Barra, Rebeca Montalva y Ana Oñate.



Al finalizar el proceso de decorado los artistas procedían a estampar sus firmas en las piezas, ca. 1988.



Floero

Calcomanía y fileteado en oro.

Diseñador Hugo Pereira D.

Col. B. M.

ÁNFORAS, POTICHES Y FLOREROS

La línea principal de Sussex estuvo conformado por estos tres productos, en donde la belleza de la forma y el diseño, inspirados en cánones clásicos, se conjugaron para manufacturar lo mejor del proyecto Bone China.

En la producción de floreros se privilegió el contenedor para flor de tallo largo, con excepción de un macetero de gran tamaño que circuló a fines de la década del 60.

Las ánforas, perdieron su origen utilitario, siendo concebidas sólo con un asa y de gran tamaño. En los Potiches, se simplificó el diseño concibiéndose como artículo decorativo y de fines domésticos, tales como algodонера, pastilleros, otros.

“Siempre –recuerda Elva Cartes- se privilegió el pintado a mano para los floreros y potiches con hermosas líneas de oro, pero de todas formas la calcomanía estaba presente, sobre todo cuando queríamos tapar un pequeño defecto de la pieza blanca”⁵⁷.

57 Entrevista Elva Cartes, Penco, marzo 2015.



Floero y variación
Motivo floral en blanco y cobalto.
Diseñador Hugo Pereira D.
Cols. R. M. y B. M.



Tres variaciones del mismo florero
Motivo floral, calcomanía y pintado a mano.
Diseñador Hugo Pereira D.
Cols. R. M. y B. M.



Floreros

Motivo floral, pintado a mano y calcomanía.

Diseñador Hugo Pereira D.

Col. B. M.



Floreros estilo imperio
Motivo floral, pintado a mano y calcomanía.
Diseñador Hugo Pereira D.
Cols. H. P. y R. M.



Floreros
Calcomanías.
Diseñador Hugo Pereira D.
Cols. B. M. y Fanaloza.



Floreros
Calcomanías.
Diseñador Hugo Pereira D.
Col. B. M.



Floreros

Calcomanía y pintado sobre barniz por Sergio Barra M.

Diseñador Hugo Pereira D.

Cols. A. O. y V. M.



Floreros
Pintado bajo barniz.
Diseñador Hugo Pereira D.
Col. R. M.



Florero estilo Imperio
Pintado bajo barniz por Albino Echeverría
Diseñador Hugo Pereira D.
Col. A. O.

Composición Catálogo Bone China



Floreros

Motivo floral, calcomanías y pintado a mano.

Diseñador Hugo Pereira D.

Cols. R. M y B. M.



Floreros
Motivo floral, calcomanías.
Diseñador Hugo Pereira D.
Col. M. S. y B. M.



Potiches estilo imperio
Pintado a mano por Albino Echeverría.
Diseñador Hugo Pereira D.
Col. H. P.

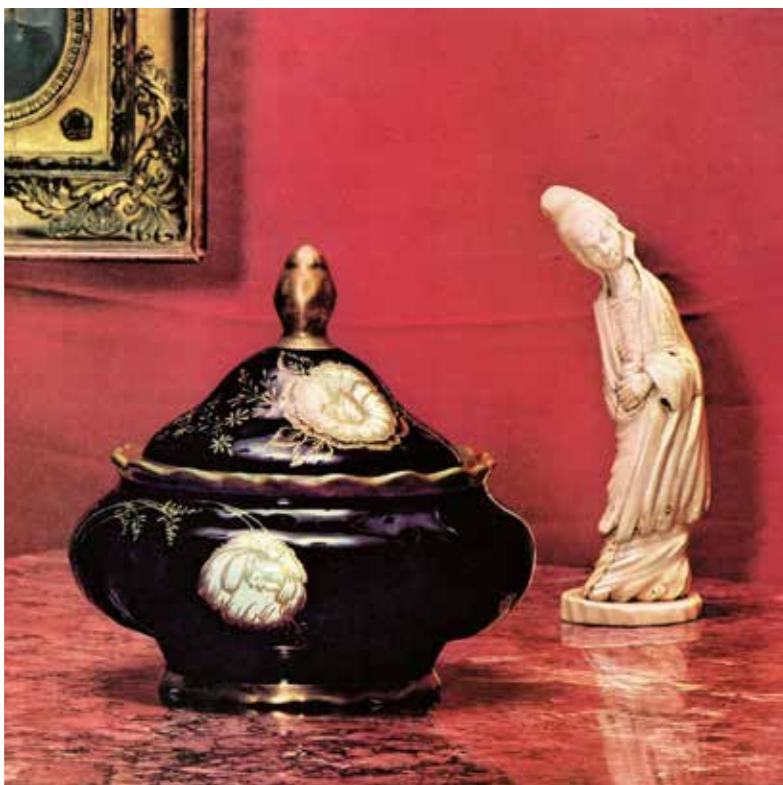


Potiches

Motivo floral, pintado a mano y calcomanías.

Diseñador Hugo Pereira D.

Col. B. M.

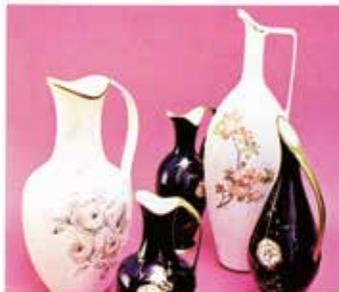
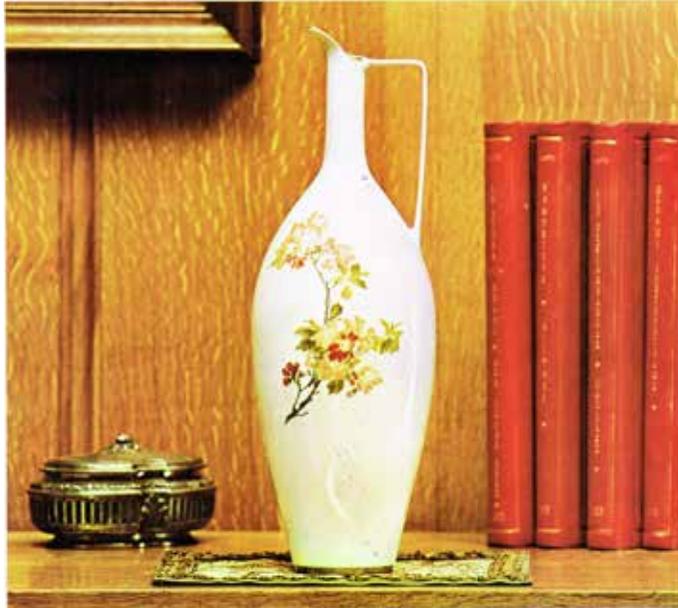


Potiches

Motivo floral, pintado a mano y fileteado en oro.

Diseñador Hugo Pereira D.

Cols. B. M. y Catálogo Bone China.



Potiches
Diseñador Hugo Pereira D.
Composición Catálogo Bone China.



Camafeo esfigie de mujer
Detalle tapa de caja de polvo.
Diseñador Hugo Pereira D.
Col. R. M.

CAJAS Y POLVERAS

Célebres fueron los recipientes para conservar los polvos de maquillaje y la borla para empolvase el cutis, así como las joyas y otras pertenencias de valor. Las de mayor tamaño eran utilizadas como bomboneras.

Destacaron los modelos del estilo Imperio, por su recargada decoración y líneas pronunciadas. Todo el catálogo estuvo a cargo del diseñador Hugo Pereira Díaz.

Rememora Ana Oñate que “era el regalo perfecto para las damas de la época, creo que ninguna mujer dejó de adquirir estas piezas para alhajar el tocador o los centros de mesa. Los habían muy decorados para los gustos más refinados.”⁵⁸

⁵⁸ Entrevista Ana Oñate, Penco, enero 2016.



Contenedores
Pintado a mano y calcomanías.
Diseñador Hugo Pereira D.
Cols. B. M. y H. P.



Contenedores
Calcomanías y fileteado en oro.
Diseñador Hugo Pereira D.
Cols. R. M y A. O.



Ηιποκαμφο
Diseñador Hugo Pereira D.
Col. J. V.

ANIMALES

Las figuras de animales fueron un tema recurrente en el catálogo de la industria pencona. Fanaloza, Sussex y Lozapenco produjeron prototipos y piezas de gran calidad artística y decorativa, recogiendo el aporte de Cerámica Lota y las manufacturas europeas de la época.

La línea general de Fanaloza dió a luz en la década del 50, la figura de Ulk, la mascota gran danés del presidente Arturo Alessandri Palma, que se hiciera famosa en su segundo gobierno (1932-1938) por acompañarle en sus caminatas diarias hacia el Palacio de la Moneda. El perro falleció en 1942, su cuerpo fue embalsamado para ser expuesto en el Museo Histórico Nacional y sirvió de modelo para elaborar una pieza especial de gran éxito comercial.

En la línea Bone China, las piezas que se conocen son obras de la inquietud e imaginación de Hugo Pereira. Hipocampos, peces, delfines, perros y caballos fueron los comercializados con la marca Sussex. El caballo, en especial, fue una pieza característica, por el aprecio de su autor y la aceptación del público. Dos proyectos desarrolló Pereira, pensaba en el animal en posición rampante que no prosperó y en una cabeza para adorno de pared, que se produjo en tres tamaños. Siguió la elaboración en Lozapenco y en Santiago en el taller particular del escultor.



Ulk, Gran Danés
Fanaloza.
Col. B. M.

Bulldog Inglés
Biscuit.
Diseñador Hugo Pereira D.
Col. H. P.



Cabeza de Caballo
Biscuit.
Diseñador Hugo Pereira D.
Col. R. M.



Pez
Diseñador Hugo Pereira D.
Col. R. M.

Pez
Biscuit, miniatura.
Diseñador Hugo Pereira D.
Col. D. Q.





Gallo
Diseñador Hugo Pereira D.
Col. H. P.



Busto mujer
Diseñador Hugo Pereira D.
Col. H. P.

BUSTOS

Estas esculturas fueron las piezas maestras del estilo Imperio, introducidas por el espíritu creativo de Hugo Pereira Díaz. Iniciaron su comercialización desde mediados de la década del 60 y algunas matrices fueron reconstruidas para su manufactura en la década del 90 por Lozapenco.

La pareja de jóvenes con indumentaria Estilo Regencia; la dama con pecho descubierto, por ser la usanza de la época que el vestido se ciñiera debajo del busto y el varón con mameluco, fueron las primeras piezas producidas y popularizadas por Fanaloza.

Posteriormente Pereira Díaz, lanzaría al mercado cuatro nuevos bustos, ahora solo con la representación de la cabeza y el cuello. Se desconocen los modelos, pero algunos testimonios de contemporáneos aseguran que utilizó de inspiración a personas de su familia y del círculo que frecuentaban su taller.



Busto niña sobre pedestal
Biscuit.
Diseñador Hugo Pereira D.
Col. M. P.



Busto niño sobre pedestal
Biscuit y pedestal azul cobalto
con filete en oro.
Diseñador Hugo Pereira D.
Col. R. M.



Busto masculino
Biscuit.
Diseñador Hugo Pereira D.
Col. Fanaloza.



Busto femenino
Biscuit.
Diseñador Hugo Pereira D.
Col. Fanaloza.



Plato pintado sobre barniz
Paisaje campestre.
Col. R. M.

PLATOS DECORATIVOS Y FUENTES

Aprovechando su forma cóncava, el plato de concepción utilitaria, masivamente producido por Fanaloza para la mesa, pasó a colgarse en la pared como objeto de ornamentación.

Elaborados a partir de solicitudes especiales o eventos conmemorativos, conquistaron al cliente exigente por sus atractivos y exclusivos diseños.

“Los platos eran un gran desafío -menciona el artista Jaime Fierro- una obra de arte en un espacio pequeño y poco convencional... no habían modelos ni exigencias de la jefatura, eran diseños propios, es probable que no existan dos platos idénticos”⁵⁹.

59 Entrevista Jaime Fierro, Concón, septiembre 2015.



Platos
Paisajes pintado por Jaime Fierro.
Col. R. M.



Par de platos
Azul cobalto y fileteado en oro con diseño floral
Decorado por Sergio Barra.
Col. R. M.



Fotografía Catálogo Bone China.



Fuentes
Motivo floral, pintado mano y calcomanías.
Cols. R. Q y B. M.



Plato decorativo y utilitario
Motivo infantil, calcomanías diseñadas
por Roberto Benavente.
Cols. A. O. y B. M.



Floreros
Calcomanía y fileteado en oro.
Diseñador Hugo Pereira.
Col. B. M.

MINIATURAS

Hechas con el propósito de ser coleccionadas, las miniaturas de Bone China fueron un producto innovador y de gran aceptación en el público.

El repertorio incluyó figuras del catálogo general de la línea, a saber: floreros, ánforas, potiches, polveras, cajas, entre otros, que eran reproducidas en formato pequeño. En lo respectivo a los diseños, se favoreció el uso de calcomanías, pero conservando el fileteado en oro, característico de la marca.

Recuerda Marina Navarro “compré floreritos y otras piezas muy pequeñas y, recuerdo que siempre habían novedades y réplicas de las piezas de mayor tamaño. Fue un pieza de gran atractivo para decorar”⁶⁰.

⁶⁰ Entrevista Marina Navarro, Penco, octubre 2014.



Ánfora, floreros y cremeros
Calcomanía y fileteado en oro.
Diseñador Hugo Pereira D.
Col. B. M.

Floreros

Calcomanía y pasisaje pintado bajo barniz.

Diseñador Hugo Pereira D.
Cols. R. M. y H. P.



Floreros y ánfora

Calcomanía y fileteado en oro.

Diseñador Hugo Pereira D.
Col. B. M.



Floreros y potiches estilo imperio
Paisajes pintado bajo barniz fileteado en oro.
Diseñador Hugo Pereira D.
Cols. H. P. y R. M.



Floreros estilo imperio
Paisaje pintado bajo barniz
y fileteado en oro.
Diseñador Hugo Pereira D.
Cols. B. M. y H. P.



Juego de café
Calcomanía y fileteado en oro.
Diseñador Hugo Pereira D.
Col. A. O.

OTRA PIEZAS

Destaca además, una cantidad relevante de piezas del catálogo de la línea Sussex. De usos y estilos distintos, consolidan el espectro y el área de influencia del proyecto de porcelana de hueso, que tanto cautivó al mercado nacional e internacional.

Juegos de café, maniceros, ceniceros, cigarreras, compoteras, centros, ánforas, candelabros, jarros de *schop* y entre otros, fueron los enseres que proveía la línea con su clásico sello decorativo para el consumo de la vida doméstica en los hogares chilenos.

En sus tradicionales colores; blanco y azul cobalto, se decoraban comúnmente con calcomanías y líneas doradas. “Eran especiales para regalo - recuerda Osvaldo Sepúlveda Coddou- se pedían con el nombre, fecha y algún saludo para el homenajeado, un habitual obsequio que muchos penquistas debieron recibir en alguna ocasión especial”⁶¹.

⁶¹ Entrevista Osvaldo Sepúlveda, Concepción, diciembre 2015.



Candelabro y centros
Fileteado en oro.
Diseñador Hugo Pereira D.
Cols. Fanaloza, B. M. y R. P.



Pie de lámpara
Calcomanía y paisaje bajo barniz.
Diseñador Hugo Pereira D.
Cols. B. M. y H. P.



Centros
Calcomanías y fileteado en oro.
Diseñador Hugo Pereira D.
Cols. B. M. y Fanaloza.



Maniceros
Calcomanías y fileteado en oro.
Diseñador Hugo Pereira D.
Cols. A. O. y B. M.



Cenicero, alcuza y centros
Calcomanías y fileteado en oro.
Cols. B. M., R. M. y Fanaloza.



Cigarreras
Calcomanías y fileteado en oro.
Diseñador Hugo Pereira D.
Cols. R. M., B. M. y A. O.



Ceniceros
Calcomanías y fileteado en oro.
Diseñador Hugo Pereira D.
Cols. B. M., R. M. y A. O.



Cenicero que se obsequio en la Feria Exposición del Sur de 1962, evento en el cual se presentó la línea Bone China.

Col. B. M.



*Ceniceros
Calcomanías y fileteado en oro.
Diseñador Hugo Pereira D.
Cols. B. M. y A. O.*



Fachada industria Lozapenco. Ilustración d'ptico de venta, ca. 1990.

LOZAPENCO

Octubre de 1982, empleados y obreros de la centenaria industria de Penco, Fanaloza, experimentan la mayor crisis moderna en su historia. Una administración deficiente culmina con la quiebra de la empresa, dejando en ascuas a las familias loceras, al pueblo de Penco y al mercado nacional de la cerámica.

El Síndico de Quiebra, ordenó el remate de las propiedades y los excedentes productivos de las dos Plantas de Fanaloza: Penco y Carrascal de Santiago. La primera, de nuestro interés, fue adjudicada vía licitación pública al inversionista Feliciano Palma Matus, bajo la razón social de Comercial Transchile Ltda., que luego mudaría de nombre a Lozapenco S. A., marca con la cual fue grabada su producción.

La situación productiva de la fábrica a octubre de 1982, era paupérrima. Contaba con 365 empleados; con una producción que no superaba las 350.000 piezas de vajillería, 8.000 unidades de sanitarios y la Planta de Azulejos paralizada. La tarea era gigantesca y la nueva

administración inició la transformación, modernizando los procesos productivos, para luego implementar nuevos espacios de trabajo y, por último expandir sus productos al mercado internacional, especialmente el norteamericano.

Para fines de 1989, se inauguraban las obras de hornos e instalaciones de la Planta 4 de Sanitarios, en las antiguas dependencias de la industria de refinería de azúcar de Penco, CRAV. Para la fecha las cifras hablaban por si solas. En palabras de su presidente, Palma: “Cada una de las plantas de producción está a plena capacidad, con trabajo las 24 horas del día y los 365 días del año. A modo de ejemplo, en vajillería la producción es de 2.500.000 piezas mensuales; en sanitarios alrededor de 90 mil piezas al mes; y la producción de pisos y azulejos llega a los 50 mil metros cuadrados mensuales”⁶¹.

Meses después la situación cambiaría radicalmente, cuando el Servicios de Impuestos Internos, acusara a Palma de obtención fraudulenta de devoluciones de IVA y de evasión de impuesto, situación que finalizó con la quiebra de la empresa en el mes de noviembre de 1990 ⁶².



Feliciano Palma Matus

61 El Sur, “Séptimo Aniversario...”.

62 Para mayor información, véase el estudio: Fernando Bravo Herrea, *Caso Lozapenco S.A.*, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Chile.

LOGOTIPOS LOZAPENCO

La fábrica de Lozapenco grabó su producción diferenciándola en manufactura Utilitaria y Decorativa. El sello de la primera sólo en tipografía que identificaba la procedencia de la fábrica y de la nación y, la segunda, de nuestro interés, con la imago tipo general de la manufactura.

LOGOTIPO PARA ARTÍCULOS DE DECORACIÓN

Isotipo con las iniciales de la palabra Loza en tipografía alta (L) y de Penco en tipografía en baja (p). Abajo en curvatura, en coherencia formal con el isotipo el nombre de la industria Lozapenco, encabezada y finalizada por las iniciales de marca registrada (mr). Todo en azul.

La marca de procedencia nacional debajo del sello con las variaciones de: “CHILE” y “MADE IN CHILE”, también en azul.





Galletero Ardilla
(tapa y contenedor)
Pintado bajo barniz por D. Suazo.
Diseñador Hernán González.
Col. V. M.

ANIMALES

En Lozapenco el catálogo de modelos de animales alcanzó su mayor desarrollo. Se continuó con moldes antiguos, como las cabezas de caballos y se produjeron nuevos ejemplares de la mano del escultor Hernán González.

El inventario incluye gallos, perros, ciervos, cisnes, osos, entre otros y, por primera vez con usos utilitarios, como lo fue los galleteros de amplia aceptación en el comercio.

Caracteriza a esta producción, piezas de gran tamaño con la introducción de modelos de animales exóticos.



Galletero Gansa
(tapa y contenedor)
Pintado bajo barniz por Rebeca Montalba H.
Diseñador Hernán González.
Col. S. O.



Galletero Oso
(tapa y contenedor)
Pintado bajo barniz por D. Suazo.
Diseñador Hernán González.
Col. B. M.



Oso Polar.
Diseñador Hernán González.
Col. R. M.



Basset Hound
Decorado sobre barniz.
Diseñador Hernán González.
Col. S. O.



Cisne
Decorado sobre barniz.
Diseñador Hernán González.
Col. D. R.



Jarro Pingüino
Decorado sobre barniz.
Diseñador Hernán González.
Col. S. O.



Cabeza de caballo
Decorado por D. Suazo.
Diseñador Hugo Pereira D.
Col. V. M.



Ciervos
Decorado sobre barniz.
Diseñador Hernán González.
Cols. D. R. y B. M.



Gallos

Decorado sobre barniz.

Diseñador Hugo Pereira y Hernán González.

Cols. S. O., D. R. y G. D.





Gatos

Decorado sobre barniz y en blanco.
Diseñador Hernán González.
Col. B. M.



Potiche
Motivo floral y fileado en oro.
Col. B. M.

POTICHES Y FLOREROS

Conservando la tradición del catálogo original de la línea Sussex Bone China, floreros y potiches ocuparon un lugar privilegiado en la producción y comercialización de la administración de Lozapenco.

Para la manufactura se reciclaron matrices antiguas, sin que aquello perjudicará la creación de diseños nuevos, destacando las piezas de gran tamaño, tales como las ánforas inéditas en la producción pencona.

“Gran aceptación de los clientes y único en su especie, creo, fueron los paisajes pintados en las potiches y floreros, eran una verdadera obra de arte, en especial por ser motivos campestres y marinas inspiradas en Penco, Tomé y Talcahuano”⁶³.

63 Entrevista Ana Oñate, Penco, enero 2016.



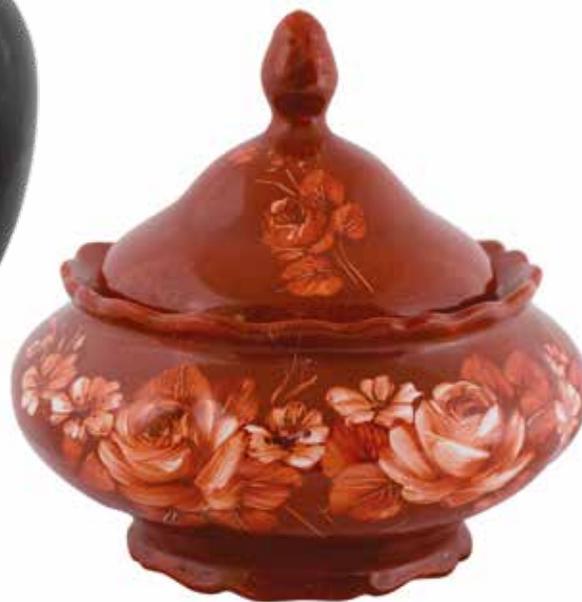
Potiches
Paisaje montaños.
Col. Fanaloza.



*Potiche y adaptación para pie de
lámpara*

Decoración en oro y paisaje
campestre.

Cols. A. O. y Fanaloza.



Potiches
Decorado sobre barniz motivo
floral por Elva Cartes.
Col. B. M.

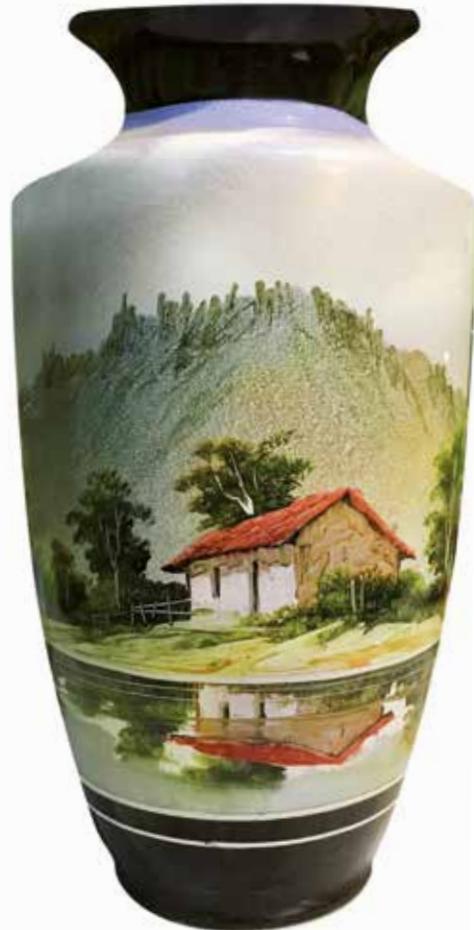


Floreros
Decorado sobre barniz.
Diseñador Hugo Pereira y Her-
nán González.
Cols. D. R. y Fanaloza.



Floreros

Decorado sobre barniz motivo floral.
Col. Fanaloza.



Floreros

Paisajes pintado sobre barniz.

Cols. B. M. y D. R.



Plato decorativo paisaje lacustre
Pintado por Pedro Retamal.
Col. R. M.

PLATOS DECORATIVOS Y MURALES

De las más antiguas colecciones de la industria, los platos decorativos continuaron su producción y decoración en la administración de Lozapenco, sumándose la elaboración de murales de diversos tamaños que decoraron iglesias, casas e instituciones diversas.

Como artista principal, destacó la figura de Pedro Retamal, que conquistó a los clientes con sus paisajes campestres, lacustres y especialmente sus marinas. “Un grado alto de perfección alcanzó Retamal, rememora Osvaldo Sepúlveda, era una impresión verlo trazar las piezas en las ferias anuales de la región y de Santiago”⁶⁴.

64 Entrevista Osvaldo Sepúlveda, diciembre 2015.



Platos decorativos relatos marinos
Pintados por Pedro Retamal.
Col. R. M.



Plato con marco de madera
Paisaje Sur de Chile, pintado
por Pedro Retamal, 1982.
Col. P. R.



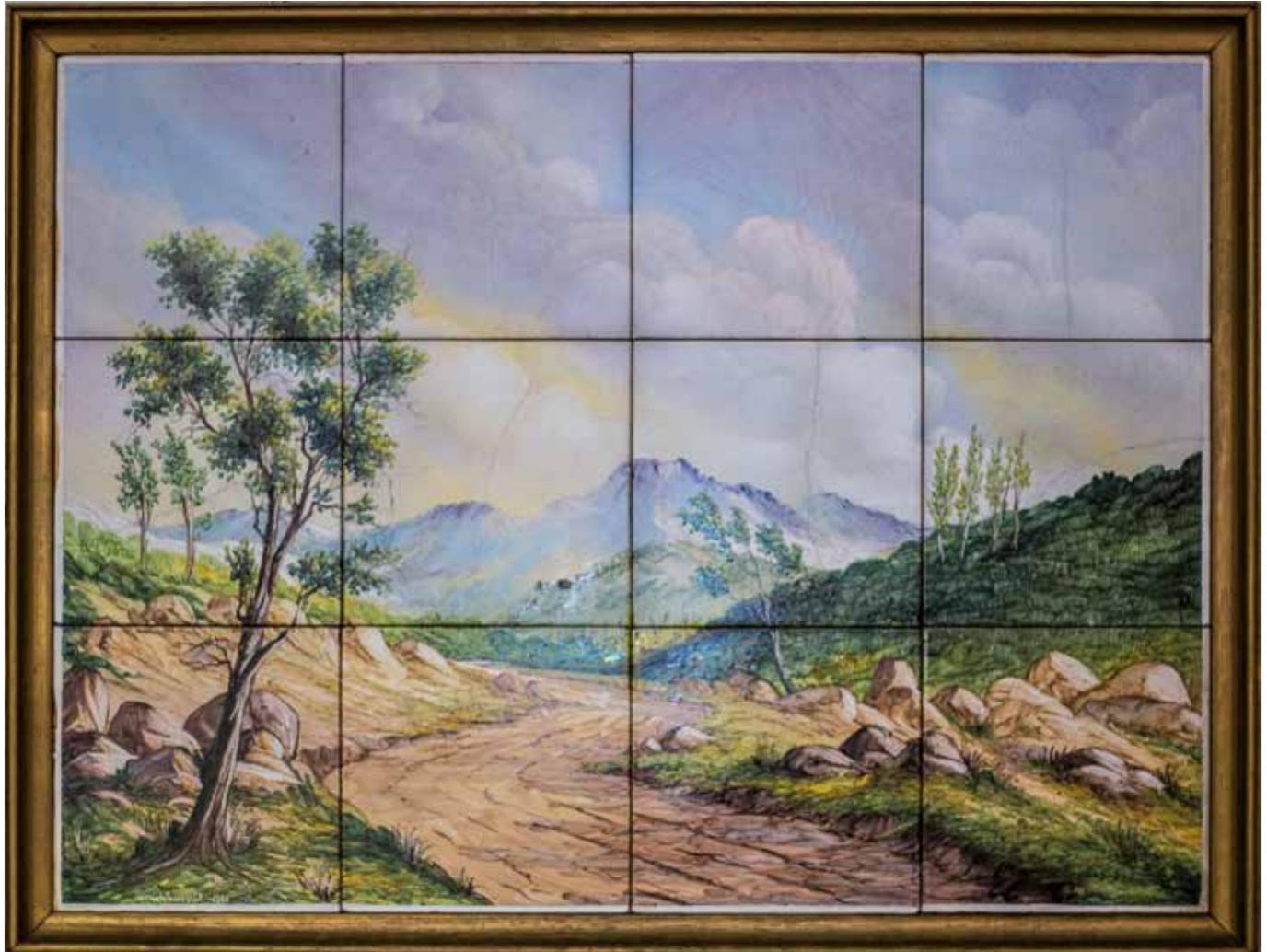
Platos decorativos
Paisaje lacustre y Papa Juan Pablo II.
Col. R. M.



*Mural Composición estilo Renacentista.
Col. Fanaloza.*



Mural Composición estilo Rocó.
Col. Fanaloza.



Mural paisaje montañoso
Pintado por Pedro Retamal.
Col. Fanaloza.



Platos

Commemorative labor sindical
de Rigoberto Quinteros, 1989.
Trofeo Club de Caza y Pesca
"Los Halcones", Penco 1990.
Reloj promocional Coprosa.
Col. R. Q., R. M. y B. M.



Contenedor forma de huevo de
Pascua.
Col. Fanaloza.

OTRAS PIEZAS

La imaginación artística de los diseñadores y decoradores no tuvo límite. Una gran variedad de piezas interpretaron las necesidades de los clientes, entre las que destacan los jarros de *schop*, tazas decoradas, ceniceros, contenedores, bustos y cajas de polvo.

“Los artículos institucionales, fueron un mercado muy demandado y, qué decir de los regalos para los campeonatos, el festival de aniversario de Penco y otros. Todas eran decoradas con el escudo o logo de la institución pública o empresa y en ocasiones especiales con gráfica manual que indicaba el acontecimiento o el nombre de la persona celebrada”⁶⁵, recuerda Luis Ascencio.

65 Entrevista Luis Ascencio, Penco, enero 2015.



Jarro Viejo Pascuero
Decorado por D. Suazo.
Col. O. S.



Taza y platillo
Pintado con motivo marino.
Col. B. O.



Pie de lámpara casa Pitufito
Decorado sobre barniz.
Col. S. O.



Jarro Schop
Pintado a mano y calcomanía.
Cols. R. M., B. M.



Campanil Universidad de Concepción
Decorado sobre barniz.
Col. B. M.



Casco militar
Decorado sobre barniz por
Gastón Delgado.
Col. B. M.



Ceniceros
Decorado sobre barniz paisaje.
Col. Fanalzoa.



*Ceniceros corporativos y polvera.
Calcomanía y pintado a mano.
Cols. R. M., O. S. y B. M.*



*Premio Centro Deportivo Cultural.
Souvenirs Reliquia histórica Huáscar.
Rueda Rotaria, Rotary International.
Cols. B. M. y R. M.*



Busto Quijote
Diseñador Hernán González.
Col. R. M.



María
Decorado sobre barniz.
Diseñador Hernán González.
Col. S. O.



Cerámica San Juan en 1988, emplazada en la intersección de las calles Talcahuano y B. O'Higgins.

C E R Á M I C A

SAN JUAN

Heredera de la tradición ceramista de su familia parterna, Eduardo Díaz Roni junto a su familia establece, a mediados de la década del 80, la manufactura “San Juan”, en honor a su abuelo Juan Díaz Hernández fundador de Fanaloza, en julio de 1930.

Eduardo Díaz junto a su primo Reginaldo, fueron llamados como asesores por Feliciano Palma, que presidió la nueva administración de la industria locera, desde 1982. Visiones contrapuestas sobre los objetivos de producción y la regencia de la fábrica separaron a Palma de los especialistas Díaz, que aprovecharon la coyuntura y emprendieron talleres autónomos; Reginaldo fundando Cercos, en Santiago y Eduardo la industria San Juan, emplazada en la intersección de las calles Talcahuano con Bernardo O´Higgins, donde hoy se encuentra el establecimiento educacional “El Refugio”.

En sus inicios, la fábrica contó con el apoyo técnico de los especialistas Mario Silva y Héctor Valdebenito, que proyectaron la modesta y pequeña industria, a una cobertura nacional, a propósito de su producción artesanal y decorado totalmente “pintado a mano”.



Fundador de Cerámica San Juan, Eduardo Díaz R., en su oficina en Penco.
Abajo, su esposa Mary Mejías, en la actualidad, en su hogar en Concepción.

El catálogo de su producción alcanzó un centenar de piezas distintas, de la mano del diseñador Juan Carlos Samblas Chicago, en las que destaca la línea de platos decorativos, porrón con peana, tetera Lily, maceteros coloniales, entre otros, todos con decoración floral y con paisajes campestres.

En sus mejores años, el personal contratado no superó las 40 personas, en las que destacaban aproximadamente 10 decoradores, muchos de ellos antiguos empleados de Lozapenco, como Sergio Barra, Ana Oñate, Gastón Delgado, María Inés Inostroza, entre otros.

La comercialización, principalmente, se efectuó en el depósito de la fábrica, que elevaba sus ventas en tiempos estivales y con pedidos especiales. El último quinquenio de producción, la manufactura se enfocó en las multitiendas, tales como: Ripley, Paris y Falabella, que permitieron la distribución nacional de sus productos.

Problemas administrativos y la competencia de manufacturas extranjeras, frustraron el proyecto de San Juan, que cesó la producción en el año 1998. “Recuerdo que la crisis asiática golpeo fuertemente a nuestra empresa, se sucedieron la pérdida de nuestros mayores clientes en cosa de semanas, lo que nos privó de seguir funcionando, fue una lástima para Penco y los bellos objetos en los que trabajábamos”⁶⁶.

66 Entrevista a Mary Mejías, Concepción, mayo 2016.

LOGOTIPOS SAN JUAN

“Lo exclusivo en su hogar”, fue el eslogan de Cerámica San Juan, a propósito de la decoración “pintado a mano” de todos sus productos. La fábrica compuso un imagotipo como marca general, que grabó toda la producción y, en ocasiones se le agregó un *sticker* que acreditaba la decoración manual.

El sello corresponde a un *sticker* transparente con la imagotipo impresa en dorado, que se agregaba en el torso del producto, con la siguiente descripción:

En tipografía en alta “CERAMICA”, segunda línea, con misma fuente “SAN JUAN MR.”

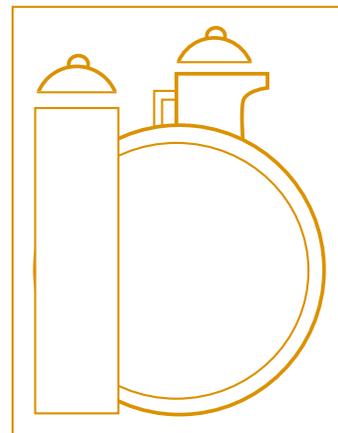
Logo, síntesis de piezas de cerámicas producidas por la fábrica en la que destacan un plato, tetera y contenedor, todo en marco rectangular.

Abajo en tipografía en alta “PENCO-CHILE”.

Sticker de decoración manual, a saber:

En doble circunferencia la palabra “PINTADO - A - MANO” en tipografía en alta.

CERAMICA
SAN JUAN MR.



PENCO - CHILE





Florero
Decorado a mano
Col. B. M.



Tetera Lily con peana
Decorado a mano
Col. M. V.



Porrón con peana
Decorado por Sergio Barra
Col. A. O.



Tazón
Decorado a mano
Col. B. M.



Especieros
Decorado a mano
Col. A. O.

Juego de mate
Diseño cestería
Col. A. O.

Mate
Decorado a mano
Col. A. O.





Bodegón
Pintado por Sergio Barra
Col. M. M.

Jarro en forma de vaca
Decorado a mano
Col. M. M.

Bandeja nº 2
Decorado a mano
Col. M. M.





Platos decorativos con escenas campestres pintado sobre cubierta por Gastón Delgado; Jara y Ana Oñate. Col. A. O.



Platos decorativos motivos florales. Autor desconocido. Col. A. O

EPÍLOGO: LA INDUSTRIA QUE SE NIEGA A FENECER



Gastón Delgado pintando un jarrón, Penco, ca. 1985.

Con una centenaria tradición alfarera, no ha existido crisis que pueda desmotivar y privar la producción de cerámica en Penco. La industria ha soportado terremotos, administraciones deficientes, malas decisiones, quiebras y estafas, lo que ha perjudicado grandemente su desarrollo. Sin embargo, no ha faltado el horno encendido que ha recibido el producto modelado y decorado para su comercialización.

La industria heredera de la familia Díaz, tras la quiebra de Lozapenco a fines de 1990 vive cambios significativos; en el ámbito administrativo y productivo. En adelante, hasta 1993, será administrada por Coprosa (Comercializadora de Productos S. A.) y, posteriormente, por Cerámicas Industriales S. A., en conjunto con la Sociedad de Inversiones Pampa Calichera.

“Desde el año 2011 -menciona Aguilera- la empresa es comprada por el Grupo Ecuatoriano Podolia, quie-

nes han vuelto a dar fama al nombre Fanaloza, y lo han posicionado nuevamente en el mercado nacional y latinoamericano, ahora exclusivamente de la mano de artículos cerámicos sanitarios y loza de baño”¹. Actualmente cuentan con 600 empleados distribuidos en dos plantas, en Penco y Coronel, región del Biobío.

Por otra parte, antiguos trabajadores de la fábrica, en las coyunturas críticas y sucesivas quiebras que vivió la industria, emprendieron talleres propios donde con matrices y algunos implementos reciclados consiguieron producir cerámica utilitaria y decorativa. El primero fue Moisés Mario Silva Silva, antiguo jefe de Vajillería, que habitó en su casa habitación de Maipú 279 la manufactura “Cerámica Penco”, que produjo desde 1984 hasta 1990 artículos ornamentales y pedidos

¹ Cynthia Aguilera Fernández, *De lo cotidiano...* 2016.

especiales, tales como aisladores para Asmar y regalos corporativos para empresas regionales.

Otros proyectos que perduran en la actualidad fueron: “Cerámica Alondra”, de propiedad de Gastón Delgado y “Cerámica Zuchel”, fundada por Roberto Zuchel. El primero, inició su producción a mediados de los 80 con matrices recicladas y con un horno “construido con ladrillos de San Juan y pegamento de Lota Green y con muy pocos conocimientos, pero con mucho entusiasmo”. Atendía pedidos especiales, de productos utilitarios y decorativos, tales como: cascos militares, floreros, ceniceros, jarros de *shop*, tazones, entre otros.

El segundo, fundó Cerámica Zuchel, dedicado al servicio de confección de placas mortuorias y murales pintados sobre azulejos con motivos cristianos, para abastecer la demanda de la provincia de Concepción que dejó el cierre de Lozapenco. La empresa actualmente cuenta con un local en Concepción y el taller de producción en Penco.

Una última iniciativa que merece destacarse, por cuanto refleja la continuidad histórica de la actividad, es el taller de Cerámica Gres, en la población La Greda, en el camino a Penco. En los años ochenta, en la antigua escuela del sector, la Corporación Industrial para el Desarrollo Regional del Biobío, CIdere Bio-Bio, mantuvo por varios años un taller formativo para mujeres. El objetivo del proyecto, liderado por la trabajadora social Marta Montory, fue entregar capacitación a las pobladoras, a fin de que pudieran mejorar su situación económica a partir de una actividad tradicional y usando las materias primas disponibles. Durante esos años se construyeron hornos y se entregaron herramientas, con la asesoría de la destacada ceramista Consuelo de la Maza.



Durante una capacitación en el taller de Cerámica Gres, en los años ochenta.

disponibles. Durante esos años se construyeron hornos y se entregaron herramientas, con la asesoría de la destacada ceramista Consuelo de la Maza.

Tres décadas más tarde, la actividad mantiene su vigencia. En 2009 la profesora Carolina Cerda obtuvo el apoyo económico del Fondart Regional que permitió continuar con la producción de alfarería. La oportunidad permitió la capacitación de 25 mujeres, dueñas de casa de la Población La Greda de Penco, junto a la habilitación de hornos y materiales necesarios para la producción alfarera en la “Sede Chica”, ubicada en la intersección de las calles Uno Sur con Dos poniente de dicha población.

Los productos de gran factura, han sido comercializados en todo Chile y muchos han traspasado los límites nacionales. Aide Villagran, presidió el emprendimiento, como Presidenta de la Junta de Vecinos y recuerda con satisfacción “que este trabajo permitió que muchas mujeres llevaran el sustento a su hogar y las ha ayudado a crecer como personas. Una tradición tan representativa para nuestro sector, que fue antes el lugar donde la naturaleza entregaba la materia prima para la confección de la loza”².

Cerámica Gres, de la Greda, es uno de los últimos proyectos de la industria alfarera que se niega a fenecer en la ciudad puerto de Penco, porque su práctica es el orgullo de sus habitantes y su devenir histórico está imbricado en el tejido social de varias generaciones. El recuerdo de muchas anécdotas loceras, la contribución material de la industria al adelanto de la ciudad y las múltiples piezas de cerámica y porcelana que se conservan dispersas en los hogares de antiguos loceros, coleccionistas y museos son y serán un patrimonio intangible y material de gran importancia, para Penco y la cerámica chilena.

² Entrevista Aide Villagra, Penco, marzo 2016.

OBRAS DE REFERENCIA

BIBLIOGRAFÍA

Aguilera Fernández, Cynthia, *De lo cotidiano al imaginario, El paisaje azul de Lozapenco. Estudio exploratorio del plato modelo Willow de la fábrica de cerámica chilena Lozapenco*, Tesis para optar al título profesional de Diseñadora Gráfica, Universidad de Chile, 2016.

Comercializadora de Productos S. A., Díptico Lozapenco, sin fecha.

Campos Harriet, Fernando, *Concepción en la primera mitad del siglo XX*, Santiago, Museo de Historia Nacional, 1985.

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

Fernández Vilches, Antonio, “Albino Echeverría C. pintor, dibujante y muralista”, en *Atenea*, Universidad de Concepción, año 1990, n° 461, pp. 33-40.

Figueroa, Víctor, *Crónicas de Penco*, Hualpén, Trama Impresores, 2011.

Figueroa, Víctor, *Libro de Oro de Penco*, Hualpén, Trama Impresores, 2012.

Gatica, Margarita, Contreras, Roberto y Ostría, Mauricio, *Premios Municipales de Artes de Concepción 1953-2004*, Concepción, Ediciones Universidad del Bío-Bío, 2006.

González, Pedro Luis, *Sociedad de Fomento Fabril. Chile breve noticias de sus industrias*, Santiago, Imprenta Universo, 1920.

Herrera Navarrete, Guillermo, *Desarrollo económico de Concepción y sus alrededores*, Memoria de Prueba, Universidad de Chile, 1946.

Hevia Salazar, Luis Arturo, *El arte de la tierra y el fuego: manual práctico de cerámica*, Santiago, Ediciones Universidad Católica de Chile, 2002.

Lista de precios de vajillería, Penco, Lozapenco, 1983.

Márquez Ochoa, Boris, *Cerámica en Penco: industria y sociedad 1888-1962*, Concepción, Ediciones Archivo Histórico de Concepción, 2014.

Mazzei de Grazia, Leonardo, *Sociedades comerciales e industriales y economía de Concepción*, Santiago, Editorial Universitaria, 1990.

Mazzei de Grazia, Leonardo y Larreta Lavín, Ximena, “La colectividad española en la provincia de Concepción”, en Estrada, Baldomero, *Inmigración española en Chile*, Serie nuevo mundo: Cinco siglos, N° 8, Santiago, Universidad de Chile, 1994, pp. 143-173

Museo de Artes Decorativas, *Cerámica Artística de Lota. Historia, testimonios, objetos: 1854 – 1951*, Santiago, LOM Ediciones, 1997.

Región del Biobío, Chile 1993-1994, Concepción, Lamas y Cía. Ltda., 1995.

Oliver Schneider, Carlos y Zapatta Silva, Francisco, *Libro de Oro de Concepción*, Concepción, Litografía Concepción, 1950.

Sin autor, *El libro de la provincia de Concepción*, Santiago, Talleres gráficos de “El Imparcial”, 1944.

Sociedad de Fomento Fabril, *Chile 100 años de Industria*, Santiago, 1983.

Uribe Ulloa, Héctor, *Cerámica de Lota: Patrimonio Cultural de un pueblo*, Santiago RIL editores, 2011.

Valdés, Marcos, *Todo Penco: 1550-2001*, Concepción, Universidad de Concepción, Universidad del Bío - Bío y Municipalidad de Penco, 2001.

Valdés S., Ximena, *Loceras de Pilén*, Santiago, Ediciones CEDEM, 1991.

Villalobos, Sergio y Sagredo, Rafael, *El proteccionismo económico en Chile. Siglo XIX*, Santiago, Instituto Blas Cañas, 1987.

PUBLICACIONES PERIÓDICAS

Boletín Informativo Lozapenco S.A., Penco, 1991-1992.

Boletín del Comercio Minorista, Concepción, núm. 34, noviembre 1938.

El Esfuerzo, Penco, 1932-1937.

Fanalozza en Marcha, Penco, 1961-1964.

Séptimo Aniversario Lozapenco, edición especial El Sur, Concepción, 12 de octubre de 1989.

ENTREVISTAS

Ingrid Merlo, Penco, marzo 2015.

Marcelo Benavente Merlo, Penco, marzo 2015.

Manuel Suarez Braun, Penco, marzo 2015.

Eduardo Tapia Elorza, marzo 2015.

Elva Cartes Parra, Penco, marzo 2015.

Jaime Fierro Durán, Concón, septiembre 2015.

Rebeca Montalva, Penco, enero 2016.

Ana Oñate Monsalve, Penco, enero y febrero 2016.

María Inés Inostroza, Penco, enero 2016.

Cristina Garrido, Santiago, febrero 2016.

Raúl Mora, Penco, enero 2016.

Daniel Vargas, Penco, enero 2016.

Oswaldo Sepúlveda Coddou, Concepción, diciembre 2015.

Sergio Barra Matamala, Concepción enero 2016.

Aide Villagra, Penco, marzo 2016.

Roberto Zuchel Matamala, Penco, marzo 2016.

Gastón Delgado Pineda, Penco, marzo 2016.

Dominga Roa, Penco, marzo 2016.

Mary Mejías, Concepción, mayo 2016.

Albino Echeverría Cancino, Concepción, marzo 2014.

Marina Navarro, Penco, octubre 2014.

Luis Ascencio Araya, Penco, enero 2015.

OTROS TÍTULOS DE ESTA COLECCIÓN

CARRETAS, CARROS DE SANGRE Y
TRANVÍAS EN CONCEPCIÓN.

TRANSPORTE PÚBLICO ENTRE 1886-1908

Gustavo Campos Jegó

Alejandro Mihovilovich Gratz

Marlene Fuentealba Domínguez

CERÁMICA EN PENCO:

INDUSTRIA Y SOCIEDAD 1888-1962

Boris Márquez Ochoa

CHILLÁN: LAS ARTES Y LOS DÍAS

Armando Cartes Montory (ed.)

GUÍA PATRIMONIAL DEL CEMENTERIO
DE CONCEPCIÓN

Verona Loyola Orias

ESTUDIOS SOBRE LA "CAPITAL DEL SUR":
CIUDAD Y SOCIEDAD EN CONCEPCIÓN 1835-1930

Marco A. León León

HISTORIA ECONÓMICA REGIONAL DE CONCEPCIÓN

Leonardo Mazzei de Grazia

CARLOS OLIVER SCHNEIDER:

NATURALISTA E HISTORIADOR DE CONCEPCIÓN

Boris Márquez Ochoa

CLUB HÍPICO DE CONCEPCIÓN, HISTORIA Y TRADI-
CIÓN REGIONAL DESDE 1894

Miguel Ángel Estrada Friz

Cristián Medina Valverde

MOCHA DICK. CAZADORES CHILENOS Y NOR-
TEAMERICANOS AL SUR DEL OCÉANO DE CHILE.

(SEGUNDA EDICIÓN)

Armando Cartes Montory

EL FUERTE LA PLANCHADA DE PENCO

ANTECEDENTES HISTÓRICOS Y

CONSTRUCTIVOS

Luciano Burgos - Eric Forcael

Armando Cartes





La loza decorativa de Penco es, probablemente, uno de los elementos artísticos industriales más reconocidos de Chile. Por décadas, formaron parte de la cotidianeidad de miles de hogares, desde la mesa familiar, o como decoración y regalo. Su origen es una pequeña ciudad, a orillas del mar, cargada de historia. Es Concepción o Penco, cuyos orígenes se hunden en la lejana Conquista; y por cuyas calles caminaron Pedro de Valdivia, Lautaro y Ercilla.

La ciudad soportó por centurias una existencia azarosa; alguna vez fue incluso capital del Reino. Sucesivos terremotos y salidas de mar determinaron su despueble y el traslado de Concepción a su actual emplazamiento. Los tozudos pencones permanecieron, no obstante, a orillas del mar. Fueron capaces, avanzando el siglo XIX, de llevar adelante un temprano desarrollo industrial.

La refinería de azúcar y la cerámica son las actividades más recordadas. Ambas contribuyeron a modelar el pueblo, en su urbanismo y sociabilidad.

Las sirenas marcaron el ritmo de la vida y construyeron su pujanza y dinamismo. La producción de cerámica superó la centuria en Penco. La fabricación de loza decorativa, en particular, se inicia hacia 1960 y alcanza, para los años ochenta, un alto nivel de desarrollo artístico y productivo. Manos anónimas y reconocidos artistas decoraron las miles de piezas que salieron de Penco hacia todo Chile y muchos otros países.

Hoy en día, cuando ya los hornos se apagaron, quedan todavía muchas piezas repartidas. Nos hablan de la calidad artística y de las prácticas sociales y productivas de la antigua fábrica. Son un patrimonio a conocer y cuidar, que complementa la historia de la fábrica de loza de Penco, que su autor, un reconocido especialista, publicara en 2014.

Una buena investigación y un valioso registro de piezas ya escasas, que desde ahora podremos valorar adecuadamente.



ARCHIVO
HISTÓRICO DE
CONCEPCIÓN
DICCIONES

