

Propaganda política y artes del fuego

CARDOSO María Beatriz / Escuela para Coleccionistas – cardosobeatriz0303@gmail.com

Eje: Arte, teoría y acción política

Tipo de trabajo: ponencia

Palabras clave: Porcelana – Cultura visual – Materiales cerámicos.

Resumen

La propaganda política fue empleada a través del tiempo para promover una ideología a fin de influenciar, persuadir e incrementar la adhesión a un Estado, régimen o gobierno. Con este objetivo se utilizaron distintos medios, uno de ellos fue el arte en sus diversas formas. En el presente artículo se propone una aproximación al estudio de las artes del fuego, en particular los materiales cerámicos como instrumento de la propaganda con fines políticos. Se toma como casos emblemáticos a la Francia napoleónica, la Rusia durante la revolución bolchevique y en el Río de la Plata a la época rosista.

Introducción

Se puede considerar a la propaganda como la difusión de una idea o concepto, siendo la propaganda política una herramienta de los Estados, gobiernos o regímenes para promover una ideología con el fin de influenciar, persuadir, aumentar y fidelizar a sus partidarios, grupo social o sociedad, y legitimar así su poder. Fue utilizada a lo largo de la historia en diversos tiempos y geografías, en general polimórfica pues se han empleado diferentes medios para llevarla a cabo. Uno de esos fue y es el arte, y dentro de las ramas artísticas en particular las artes del fuego sirvieron para la difusión de las ideas con fines políticos.

En una primera indagación se estudia la utilización de los materiales cerámicos como instrumento propagandístico en la Francia napoleónica del siglo XIX, en Rusia durante la revolución bolchevique de principios del siglo XX, y en el período rosista en el Río de la Plata. Se tiene como objetivo relevar cuáles fueron los materiales cerámicos empleados en todos los casos y señalar las similitudes y diferencias entre sí en cuanto a sus características y función.

Francia: Napoleón y Sèvres

Las artes del fuego incluyen a los materiales cerámicos y vítreos. De los primeros la porcelana es el material que adquirió relevancia en la Europa del siglo XVIII mediante la obtención por parte de varias fábricas de la fórmula de la pasta dura¹ entre las que se encontraba la de Vincennes denominada después Real Manufactura de Sèvres. Esta fue inicialmente un desarrollo privado y luego pasó a ser posesión real bajo Luis XV. A partir de su reinado la fábrica adquirió relevancia y los motivos y colores aplicados a distintos objetos fueron imitados por la competencia. Posteriormente a la caída de Luis XVI, Sèvres transitó un período lleno de zozobras y fue Napoleón quien le permitió recuperar su actividad y esplendor.

Bonaparte como Cónsul primero y luego como Emperador de Francia (1804) impulsó la producción de los diversos talleres nacionales utilizando a todas las artes para promover su régimen y reflejar sus acciones y victorias militares. Este le dio un nuevo impulso a Sèvres durante la dirección de Alexandre Brongniart y a partir de ese momento tuvo una influencia directa sobre la producción fabril.

En la porcelana las formas y elementos decorativos clásicos fueron combinados con los símbolos imperiales de Napoleón como la abeja merovingia, la letra N rodeada por una corona de laurel, estrellas, el águila imperial romana devenida luego en águila imperial francesa y jeroglíficos y motivos como resultado de la campaña a Egipto realizada por sus tropas hacia 1795. Los temas egipcios se debieron al barón Dominique Vivant Denon, que fue el arqueólogo que acompañó a la expedición a Oriente Medio. En 1802, publicó *Voyage dans la Basse et la Haute Égypte pendant les campagnes du Général Bonaparte*, con dibujos y grabados de templos, columnas funerarias y tumbas reales, junto a un vocabulario ornamental (esfinges, escarabajos, flores de loto, palmetas, discos solares y jeroglíficos) que luego fueron utilizados en los distintos objetos. Posteriormente, Denon fue nombrado director del Museo Central de las Artes (Louvre), siendo fundamental en la asociación del futuro emperador con el diseño egipcio en Francia (Gontar, 2004).

Utilizando este motivo se produjeron siete juegos del llamado *Cabaret Égyptien* o *Servicio para desayuno Egipto*.² El cuarto conjunto se encuentra en el Museo del Louvre, consta de treinta y seis piezas de porcelana y fue entregado al Palais des Tuileries en 1810

¹ Hacia 1708 en Sajonia, la Königlische Porzellan Manufaktur luego conocida como Meissen logró por primera vez una fórmula similar a la de origen chino, que hasta ese entonces configuraba un monopolio y que vendía mayormente su producción a las cortes europeas. Después de Meissen, paulatinamente otras fábricas del continente consiguieron llegar a la composición de la porcelana dura o porcelana verdadera.

² Cfr. Cabaret égyptien de Napoléon Ier (36 pièces), ou «cabaret du service de l'Empereur», <https://collections.louvre.fr/en/ark:/53355/cl010098917>



Figura 1. Cabaret Égyptien de Napoleón I, Museo del Louvre (Martine Beck, Coppola)

[figura 1]. Las formas y la composición varían de un servicio a otro, al igual que la ornamentación. El primer set fue dado por Napoleón al zar Alejandro I en 1808. El segundo y tercero, otorgados a Joséphine (que fue su esposa), están en el castillo de la Malmaison y en el Palacio de las Tullerías respectivamente. El quinto fue entregado a la duquesa de Montebello en 1813, el sexto a la duquesa de Bassano y el séptimo a la condesa de Luçay. En cuanto a la forma remite a la tipología etrusca y la composición varía de un servicio a otro, como por ejemplo la cremera en el juego n° 4 tiene un pico de trébol y fue creada en 1806.

Durante el Imperio Napoleónico al igual que en la antigüedad se glorificaba a sus héroes guerreros a través de la ornamentación, Sèvres lo hacía a partir de los materiales cerámicos. La reactivación de la fábrica estuvo estrechamente relacionada con la vanidad del Emperador, pero también con el despliegue de la propaganda política más amplia de la época (Tousomas, 2017, p. 62).

Por otro lado, una burguesía enriquecida dispuesta a disfrutar de la vida, luego del período puritano impuesto por la Convención Nacional, expandió el comercio interno hallando en la porcelana la materia propicia para expresar su buena educación e interés cultural. En Francia, el arte oficial hacía visible una identidad nacional en construcción, y Bonaparte inauguraba el 7 de noviembre de 1800 al Museo de Antigüedades constituido en gran parte por el botín de las campañas de Italia.

El objeto de porcelana pasó a ser una memoria inmediata que reflejaba los hechos recientes. En este período Sèvres produjo grandes cantidades de artículos decorativos y utilitarios tanto para el uso en las residencias oficiales, como también regalos suntuosos destinados a los círculos políticos europeos para mejorar la imagen de Bonaparte. Se fue

construyendo un nuevo estilo con características plenamente identificables cimentado en objetos atractivos y estéticos con elementos del neoclásico, con el uso amplio del dorado, la imitación de fósiles, la aplicación de símbolos militares y egipcios y los diseños recuperados como el etrusco, junto con el uso de imágenes alusivas al imperio y sus glorias y obras maestras de la pintura italiana.

El Museo Victoria & Albert de Londres conserva un juego de taza y platillo *Butterfly cup and saucer*, con símbolos militares como las coronas de laurel clásicas (honor y victoria) que se combinan con los de la prosperidad como la cornucopia o cuernos de la abundancia. La mariposa (una *Fritillary Marsh Euphydryas aurinia*) simboliza a *Psyche*, el alma o fuerza vital y fue un motivo recurrente en las artes decorativas encargadas por el Imperio (Wallis, 2014, p. 6-7)

Pero no solo la innovación se manifestó en los aspectos decorativos ya que la fábrica también comenzó a producir diferentes formatos: los jarrones simples, de forma elíptica, ahusados o cilíndricos; numerosos juegos de té o café y vajilla completa; candelabros, elaborados cuencos y frascos perforados; relojes de repisa, estuches de tabaco, bustos de grandes personalidades, camafeos, placas individuales y piezas de porcelana para incorporar a distintos muebles. Fue empleada una variada colección de temas que incluyeron paisajes, escenas de batallas e imágenes militares en general, personajes destacados de la antigüedad y deidades, figuras y cupidos, pinturas italianas, elementos de la botánica y de la zoología.

En el bautismo de su hijo, el Rey de Roma, el 10 de junio de 1811, Napoleón le dio a su madre —que fue madrina del bebé— una serie de regalos que incluía un gran busto del emperador, una copa con el retrato de la emperatriz Marie-Louise (su segunda esposa), un jarrón de 130 cm de altura, dos jarrones más pequeños decorados con escenas de alegría en la paz de 1809, y un espectacular jarrón *fuseau* (en forma de huso) de porcelana con un panel rectangular que reproduce una escena de Napoleón cruzando los Alpes de Jacques-Louis David pintada en el objeto por Jean Georget. La forma de esta pieza decorativa, típica del neoclasicismo deriva de la antigua ánfora, a la que se le ha añadido un pie. Una corona de hojas de laurel alrededor de la parte inferior del cuerpo completa el soporte estructural. En el hombro, dos manijas de bronce dorado se elevan desde máscaras femeninas, terminando en rosetas en el labio. El cuello y el pie tienen rayas verticales y abejas siendo esta última símbolo del Imperio, mientras que la parte inferior del cuerpo tiene hojas de castaño y laurel. El reverso del objeto también está dorado.³

Napoleón de 1803 a 1811, ordenó seis mesas de pedestal de la fábrica de Sèvres, cada una con un tema diferente que permitió resaltar el talento de los diversos artistas

³ Cfr. Vase fuseau de Madame Mère, <https://collections.louvre.fr/ark:/53355/cl010101102>

convocados, al mismo tiempo que la iconografía elegida permitió mostrar ciertas referencias de la historia antigua y su paralelismo con el régimen: grandes comandantes de la historia antigua, la mitología, las estaciones y el zodiaco; los comandantes de la batalla de Austerlitz; integrantes de la familia Bonaparte, y los palacios más bellos del Imperio francés.

En el caso de la *Table des Grands Capitaines de l'Antiquité* o *Mesa de los Comandantes* encargada en 1806 se puede observar una tapa circular central de porcelana pintada por los artistas Louis-Bertin Parant y Antoine Béranger, en imitación de camafeos clásicos con monturas de bronce dorado. En el centro está la cabeza de Alejandro Magno, rodeado por un círculo externo de cabezas de doce comandantes de la Antigüedad, arriba de escenas de eventos notables para cada uno.⁴

El Imperio se afirma por medio de un discurso simple y claro comprensible por todos que permite una intrusión en la vida privada. La abeja de los reyes merovingios reemplaza a la flor de lis real. Esta imagen tiene como función dar a los combates de Bonaparte una dimensión histórica y colectiva, al igual que un enjambre. El estilo reúne por consiguiente los símbolos del poder y de la gloria de forma tal que la iconografía napoleónica conforma desde ese momento un hilo conductor que atraviesa ese período temporal (Puech, 2020). Gradualmente se va implementando el estilo imperio tanto en la construcción, la forma de los objetos, como en su decoración. Así, a finales de 1810 parecía haberse formado ya el tipo estético que prevalecería en la mayoría de los productos por varias décadas más, y que influiría decididamente en otras naciones (Tsoumas, 2017, p.57).

Rusia: la revolución y la Fábrica Estatal de Porcelana

El nuevo régimen surgido de la revolución de octubre de 1917 luego de la caída de los zares y del gobierno provisional, inició una campaña de propaganda a fin de concientizar a la población, ganar adeptos y hacerse conocer en otros países. Los bolcheviques habían construido su nuevo sistema político basado en la teoría marxista, y estaban empezando a construir un mundo nuevo. La situación era apremiante. El país había sido diezmado tanto en los recursos económicos como humanos por su participación en la Primera Guerra Mundial, y el nuevo régimen estaba amenazado por la guerra civil y por invasores extranjeros. Los revolucionarios necesitaban promover los objetivos comunistas con cualquier medio que tuvieran a su disposición, y uno de esos fue el arte. Es así que utilizaron diferentes instrumentos a su alcance como periódicos y posters; imágenes y lemas relacionados con la revolución que pintaban con colores vivos en las fachadas de los

⁴ Table of the great commanders of antiquity <https://www.rct.uk/collection/search#/1/collection/2634/table-of-the-great-commanders-of-antiquity>

edificios, en los trenes, camiones, y en toda clase de vehículos. Para su realización se convocó a los artistas a participar de concursos de diseños callejeros, decoración de plazas y espacios públicos.

También el gobierno se hizo cargo de la Fábrica Imperial de Porcelana en las afueras de Petrogrado (San Petersburgo), renombrándola como la Fábrica Estatal de Porcelana. Anatoly Lunacharsky (conocido también como Narkompros) fue nombrado Comisario de Educación y Artes, y logró que la manufactura pasara a la órbita de su Ministerio ya que percibió que esta podría contribuir en una campaña de propaganda propuesta por los líderes tanto en Rusia como en el extranjero.

Sergei Chekhonin, artista gráfico, acuarelista y un importante decorador de cerámica, fue designado como primer director artístico de la manufactura en donde permaneció hasta 1928. Muchos artistas famosos (Vasily Kandinsky, Vladimir Lebedev, Alexander Mateev) y otros ignotos (Mikhail Adamovich, Elena Danko, Vasilei Timorev, Varvara Freze) trabajaron allí algunos por convicción o por la paga segura en esos tiempos difíciles. Chekhonin fue el creador de la escuela de porcelana de propaganda, conocida como *agitfarfor* (porcelana de agitación) en ruso, que combinaba temas revolucionarios y políticos imaginativamente diseñados con símbolos, lemas en caligrafía cirílica, así como coloridos diseños del folclore ruso, con flores, frutas, follaje y mucho dorado (Lobanov-Rostousky, 1992, p. 625).

De tal forma una gran cantidad remanente de platos, platos, tazas y platillos de porcelana blanca vidriada sin pintar encontrados en la fábrica al asumir los revolucionarios su conducción, se transformarían en portadores de sus mensajes. Los materiales cerámicos destinados antes sólo al uso cortesano, aristocrático y burgués encontraban un nuevo objetivo que era la concientización de un proletariado en su mayoría analfabeto.

Toda la porcelana decorada en la década posterior a la Revolución, incluso cuando estaba libre de consignas o tenía un diseño abstracto, tenía fines propagandísticos. En los '20, el gobierno soviético envió cientos de piezas al extranjero para exhibiciones y ferias comerciales (Riga, Tallin, Milán, Londres, París) a fin de recaudar fondos para el régimen. Y fueron esas piezas las que sobrevivieron a la era estalinista.

Los objetos preparados con este fin se pueden clasificar en varias categorías: piezas de propaganda directas, simbólicas y conmemorativas; figurillas de personajes de la nueva época soviética; otros que representaban a la eterna Rusia y la vida rural, así como los cuentos de hadas rusos. Lobanov-Rostousky (1992, p. 623-624), describe que, durante los primeros años del comunismo, las piezas se pintaban frecuentemente con los mismos lemas y aforismos que aparecían en los periódicos y carteles. La lucha de clases y la nueva moral revolucionaria fueron temas importantes; otro fue el conflicto entre lo viejo y lo nuevo. También señala que inclusive se tomaron fragmentos de los discursos de Lenin, citas de escritores socio-utópicos, de activistas revolucionarios de muchas nacionalidades y del



Figura 2. Mikhail Adamovich, 1921, plate *KAPITAL*, British Museum, Gran Bretaña ([link](#))

Manifiesto Comunista. A veces se utilizaron textos de autores clásicos como Ovidio y Cicerón, de Dostoievski y Tolstoi, y de los Evangelios, junto con elementos de la heráldica revolucionaria. Como ejemplo de estos platos se puede citar una pieza Rudolf Vilde de 1921, existente en el Museo Británico de Londres en el que se ve arriba un eslogan en negro y rojo que celebra los primeros cinco años de la Revolución; en el centro un martillo y una hoz que encierra un ramo de flores en azul, amarillo, morado, gris y negro; y por debajo los años 1917-1921.

Algunas de las consignas incluidas en los platos fueron: *He who is not with us is against us* (Crichton-Miller, 2017), *Mind does not bear bondage, All power to the Soviets, Struggle will give birth to heroes*⁵ (Levshenkov, 2009, p.115).

También existe un plato con la figura de un trabajador en rojo que pisotea el eslogan en letras cirílicas *KAPITAL* liberando así las fuerzas dinámicas de la industria en beneficio de los trabajadores; en el fondo, una fábrica en rojo con chimeneas ondulantes, el humo intercalado con destellos de amarillo y negro. Fue decorada en 1921 con un diseño de Mikhail Adamovich, con pinceladas dinámicas del estilo futurista [figura 2].

Se hicieron además una serie de platos para una venta especial destinada a recaudar dinero para la población hambrienta de la región del Volga debido a la epidemia de tifus de 1919-1921 que implicó muchísimas muertes y una hambruna generalizada. Vilde pintó

⁵ «El que no está con nosotros está contra nosotros», «La mente no tolera la esclavitud», «Todo el poder a los soviéticos», «La lucha dará a luz a héroes» (traducción de la autora).

las piezas fuertemente dramáticas; en una de estas un trabajador que sostiene un mazo y un rifle ataca a una figura de la muerte representada por un «gran segador», que sostiene una guadaña y lleva una gavilla de trigo dorado. Las letras cirílicas doradas que rodean la frontera dicen: *In aid of the famine-stricken population of the Volga región*⁶ (Lobanov-Rostousky, 2017).

Los artistas del suprematismo, movimiento artístico que buscó la pureza geométrica abstracta, abogaron por un arte que contribuyera al nuevo orden social. Entonces, empezaron a pensar al arte y a la

arquitectura con fines productivos y utilitarios. En 1923 Kazimir Malevich, Nikolai Suetin e Ilya Chashnik efectuaron diseños para la fábrica. Crearon nuevas formas aplicadas a la vajilla (juegos de té y café) y decoraciones en particular formas geométricas sobre un fondo blanco y plano con elementos como el círculo, el cuadrado, el rectángulo y con una paleta caracterizada por la economía de colores [figura 3]. Y en 1924, Chashnik acorde con los principios revolucionarios incorpora además el nombre de Lenin en sus diseños (Levshenkov, 2009, p.120).

Pero a mediados de la década de 1920 el régimen comienza a mirar con desaprobación a la abstracción, por lo cual estos últimos creadores dejan su trabajo en la manufactura. Posteriormente, el 23 de abril de 1932, el Comité Central anunció la formación de la Unión de Artistas de la URSS, encargada de imponer el Realismo Socialista como la única forma aceptable de expresión artística. De ahora en adelante, decretó, el arte debe representar la lucha del hombre por el progreso socialista hacia una vida mejor (Sixsmith, 2016).



Figura 3. Kazimir Malevich, ca1920, plato suprematista. RISD Museum, USA ([link](#))

El Río de la Plata: Rosas y las lozas⁷ y porcelanas europeas

Juan Manuel de Rosas gobernó la provincia de Buenos Aires entre 1829 y 1832, y luego desde marzo de 1835 cuando la Sala de Representantes le otorgó la suma del poder público nombrándolo gobernador, y se constituyó en el principal caudillo de la

⁶ «En ayuda de la población afectada por el hambre de la región del Volga» (traducción de la autora).

⁷ La loza y la porcelana son materiales cerámicos distintos. La composición de la loza es arcilla blanca, sílice, y creta y/o feldespato, mientras que la porcelana es arcilla caolínica, cuarzo y feldespato lo que le otorga cualidades características.

Confederación Argentina. A partir de ese entonces y teniendo una férrea oposición en el partido unitario, desplegó una campaña de comunicación política con el fin de unificar las voluntades. Desarrolló distintas formas de imponer su legitimidad a través de la propaganda, participaciones en periódicos (como *La Gaceta Mercantil*), y cierta puesta en escena efectivizada en ceremonias públicas.

Según señala María Cristina Fukelman en su tesis:

El discurso icónico del gobierno fue construido a través de: los retratos de Rosas, presentes en las iglesias, en lugares públicos y privados; en los objetos de uso cotidiano; la expansión del rojo punzó; las representaciones en fiestas a través de las banderas y textos; la moda puesta de manifiesto a través de la indumentaria gauchesca. Todos estos usos de la imagen configuraron disposiciones visuales plausibles de ser interpretados como funcionales a la institución de su poder (2007, p.26).

Se organizó un aparato de comunicación para lograr un consenso que estuvo dirigido a todos los sectores de la población especialmente los populares, utilizando diversos soportes como por ejemplo objetos partidarios de los más variados: vajilla, jarrones, cigarreras, cajas de rapé, peinetones, abanicos, moños y guantes, naipes y estampas.

Con respecto a la vajilla, existen en distintos museos y repositorios de Buenos Aires ejemplares de platos (playos, medianos y pequeños y hondos), fuentes, tazas con platillo y jarros. Algunas piezas fueron recuperadas de distintos pozos arqueológicos urbanos, como dos jarros similares de mediados del siglo XIX con la imagen de Rosas en la gama del rojo y la leyenda por debajo *Viva la Federación*. El primero fue encontrado en un edificio frente a la plaza Dorrego, y el otro hallado en una vivienda familiar de alto poder adquisitivo de la calle Aieta al 1600. En este caso la imagen se corresponde con un grabado realizado por Juan Alais cerca de 1840 (Schávelzon, 2015, p.15-16). Los enseres se fabricaban en Inglaterra, mientras que desde Buenos Aires se enviaba una litografía en blanco y negro, y entonces en ese destino se realizaba un nuevo original litográfico en color que era transferido a la pieza (Romero, 2015).

En cuanto a los servicios de mesa existen algunas variantes de los platos ambos de loza blanca con decoración en rojo punzó, el color considerado símbolo federal. Un tipo presenta en el centro un escudo con un sol en la parte superior, con dos manos que sostienen un gorro frigio ubicado centralmente, por debajo una cinta con la consigna *Viva la Federación* y con una guarda externa decorada; y otros que presentan de forma central enmarcado por un rectángulo las palabras *Federación o Muerte y Viva la Federación*, y en su periferia solo dos ribetes lineales de dicho color. Esta incorporación a los servicios de mesa se conoce



Figura 4. Platos *Federación o Muerte, Viva la Federación*, Museo Histórico Cornelio de Saavedra (fotografía de la autora)

como «lozas parlantes» y fueron utilizadas contemporáneamente en otros países como Colombia con lemas relacionados a la independencia⁸ [figura 4].

En general la población urbana constituida por esclavos y trabajadores utilizaba objetos de cerámica (ollas, tinajas y elementos para cocinar) y menos frecuentemente lozas sin decorar. Mientras que la incipiente burguesía (comerciantes y hacendados) tenían acceso a vajillas importadas que eran vendidas por los bazares locales (Secretaría de Cultura, 2003). Según Schávelzon (2000, p. 161), hacia la mitad del siglo XIX el material encontrado en pozos de basura de una familia pudiente tenía casi totalmente origen extranjero.

En el Museo Histórico Nacional se encuentran dos floreros con forma de ánfora. Uno de esos con la efigie de Rosas en el centro, vestido de militar dentro de una reserva que está rodeado por laureles y tiene por encima una cinta blanca con letras doradas con la inscripción *Rosas. Federación o Muerte*. Es de porcelana francesa estilo imperio dorada al mercurio fechado alrededor de 1830; por el tipo de material era costoso, y se disponía en un lugar visible de la casa.⁹ Otro con un formato similar presenta la misma leyenda y se ve en la reserva central la imagen de Rosas y en segundo plano su esposa, Encarnación Ezcurra ambos de perfil.¹⁰ Ella tuvo cierto protagonismo político y fue impulsora de la Sociedad Popular Restauradora.

Cabe resaltar que una gran parte de la población era analfabeta, por lo que la imagen se constituía en un medio eficaz para transmitir el mensaje de pertenencia partidaria. Las

⁸ La loza parlante fue una modalidad común en Inglaterra que se extendió con rapidez a Europa y posteriormente en América, siendo un medio que sirvió como propaganda a los ideales de libertad e independencia, primero en Francia y después en las nuevas naciones (López, 2010, p.4).

⁹ Cfr. Florero rosas. Museo Histórico Nacional. Dirección Nacional de patrimonio y Museos. Recuperado de https://conar.senip.gob.ar/pawtucket/index.php/Detail/Object/Show/object_id/50763

¹⁰ Cfr. Florero Rosas y Encarnación Ezcurra. Museo Histórico Nacional. Dirección Nacional de Patrimonio y Museos. Recuperado de https://conar.senip.gob.ar/pawtucket/index.php/Detail/Object/Show/object_id/50751

figuras de Rosas y de Ezcurra aparecen como efigie en los jarrones y también la de él en una fuente que se encuentra en el Museo Histórico Nacional;¹¹ mientras que se ve de tres cuartos perfil en los jarros descritos anteriormente. El rojo utilizado en la vajilla tanto en las letras de las consignas como en la decoración fue un símbolo de la Confederación. El Restaurador de las Leyes, por un decreto en febrero de 1832 oficializó el uso obligatorio de la divisa punzó, un distintivo político utilizado por los federales, formado por una franja de tela o cinta de ese color (Romero, 2015).

Burucúa (Burucúa y otros, 1990, p.138) señala la influencia francesa en el retrato histórico en el Río de la Plata, y marca esa relación en dos pinturas de Rosas existentes en el Museo Histórico Nacional. En los objetos cerámicos relevados se ve la imagen del Restaurador vestido de militar con todos los atributos de su rango, dado a que estas imágenes provenían de litografías puede afirmarse en estas piezas también dicha correlación.

Si bien la incorporación de la figura de Rosas en los diversos objetos cotidianos la vulgariza, la masificación de los enseres y su irrupción en el ámbito privado puede por un lado señalar la necesidad de demostrar la adhesión al régimen imperante, pero también no debe ignorarse el carácter persuasivo que implicaba la presencia en el hogar de la imagen de un gobernante que ostentaba la suma del poder público, y que estaba presente también en el espacio doméstico. Por otra parte, la inclusión del lema *Federación o Muerte* implicaba una polarización, en la que no había otra opción que estar a favor del régimen y que no admitía a la posibilidad de ser opositor (Fukelman, 2007, p.50-51).

Conclusiones

Los regímenes construyeron una cultura visual en la que la propaganda política adquirió relevancia, y todos utilizaron a los materiales cerámicos como un medio válido para difundir una ideología, transportar un mensaje, y también persuadir.

Napoleón reconoció el enorme valor político de la porcelana de Sèvres, ya que le permitía además demostrar los beneficios materiales y culturales que su administración le aportaba. Como resultante de dicha injerencia gubernamental la fábrica incorporó a la iconografía imperial a su producción.

La propaganda del estado napoleónico tuvo una alta carga simbólica. La integración de elementos clásicos en la decoración y ornamentación junto a la imaginería napoleónica dio origen a un nuevo estilo que se denominó «Imperio». Este representaba un régimen fuerte

¹¹ Cfr. Fuente. Museo Histórico Nacional. Dirección Nacional de Patrimonio y Museos. Recuperado de https://conar.senip.gob.ar/pawtucket/index.php/Detail/Object/Show/object_id/50728

donde el poder estaba concentrado en una persona. Los objetos de porcelana de Sèvres van a adquirir también esas características como puede verse en la vajilla *Cabaret Égyptien*, *Butterfly cup and saucer* y la *Table des Grands Capitaines de l'Antiquité*. Por otro lado, un régimen de ese tenor requiere objetos de altísima calidad y fue entonces que la fábrica produjo un amplio repertorio de piezas que cubrían todas las necesidades. Se fue construyendo un estilo que también se forjó en nuevas formas y diseños. La decoración narró los pasajes más importantes de la actividad política y militar de Bonaparte que fueron plasmadas en imágenes de una rica policromía, y con abundancia de dorados en una pasta de porcelana de alta excelencia. Sèvres en este período adquirió primacía entre las fábricas europeas por la calidad de los objetos producidos, y generó tendencia.

La porcelana blanca rusa remanente del período anterior, fue utilizada como un lienzo para transmitir las ideas revolucionarias. El protagonista fue el régimen y los principios comunistas fueron expresados en el material cerámico. La porcelana rusa de inicio de siglo fue un vehículo de ideas. Se incorporaron aforismos, lemas, frases conmemorativas, junto con imágenes con un tratamiento visual novedoso. Se utilizaron elementos simbólicos (hoz, martillo, estrella roja, espigas) junto a un texto para comunicar, para hacer un llamamiento a favor de la causa. Nacieron decoraciones particulares conjugando representaciones relacionadas con los ideales revolucionarios, símbolos y frases o palabras para hacer contundente el mensaje. Importantes artistas plásticos contribuyeron con su arte y con ideas demostrando que la otrora fábrica imperial podía estar al servicio del nuevo régimen. Los platos arriba descriptos como el de Rudolf Vilde de 1921 y *KAPITAL* de Mikhail Adamovich son una muestra.

Tanto en el caso de Napoleón como en el de Rosas el empleo de la figura de los líderes fue preponderante. En Francia y en Rusia la porcelana fue el material elegido. Pero mientras en el país galo se la utilizó en las residencias oficiales, llegó a la creciente burguesía y como obsequio diplomático a otras naciones, en la porcelana rusa el objetivo fue la difusión de las ideas revolucionarias, pero su costo lo hizo inaccesible para las clases populares y luego efectivamente fue destinada al uso de las embajadas, y a la presentación en ferias internacionales para recaudar fondos para el régimen.

En el Río de la Plata el material utilizado fue la loza inglesa en la vajilla y algunos jarrones de porcelana francesa. No había fábricas locales y debía encargarse a Europa. Se basó en la figura de Rosas como líder e incorporó consignas que no permiten el disenso, recurso que también se utilizó en la porcelana rusa. El rosismo incorporó frases como *Federación o Muerte* en la vajilla, mientras que en un plato ruso diseñado por Chekhonin en 1918 se lee *El que no está con nosotros está contra nosotros*.

Las porcelanas de Sèvres como las de la Fábrica Estatal de Leningrado fueron pintadas a mano y en muchas piezas se observa una profusión de dorados por la aplicación de oro,

que eleva el costo de cada una. Las lozas fueron un producto más accesible en el siglo XIX como reemplazo de la porcelana en los servicios de mesa. La propaganda del régimen rosista está dirigida a todos los estratos de la sociedad sin embargo las lozas por su precio solo eran accesibles a las familias de mayores recursos, posiblemente la propaganda en papel fuera la más afín a lo popular.

Por otra parte, Sèvres produjo todo tipo de elementos con imágenes relacionadas con el imperio, la fábrica estatal rusa fabricó mayormente platos, algunos objetos de vajilla y figurillas, mientras que en tiempos rosistas se encargó menajes de loza inglesa y algunos jarrones de porcelana francesa.

Sèvres desplegó un repertorio enorme de objetos decorativos y enseres. Enfatizó la calidad iconográfica con una gama de rica policromía y delicados dorados. Rusia presentó diseños novedosos conformados por imágenes con impronta gráfica, elementos simbólicos y un rango de colores brillantes en las piezas revolucionarias configurando un diseño decorativo bello y atractivo. Mientras que la vajilla rosista se presenta sobria, con poca variedad, usando el rojo como símbolo de la Federación y la representación de la figura de Rosas con una realización discreta debida posiblemente a la técnica utilizada (copia litográfica de una litografía tomada en origen). Siendo los jarrones de porcelana de origen francés de mejor factura, pero con el dibujo y colorido acotados.

Finalmente, se puede decir que los materiales cerámicos formaron parte de un sistema de propaganda política característico de cada época, y han atravesado el tiempo como partícipes de dicha intencionalidad, pero también tienen vigencia en el presente por sus cualidades artísticas y estéticas.

Referencias

- Burucúa, J.E. Jáuregui, A. Malosetti, L. Munilla, M.L. (1990) Influencia de los tipos iconográficos de la Revolución Francesa en los Países del Plata. En VVAA. *Imagen y recepción de la Revolución Francesa en la Argentina* (pp. 129-140). Buenos Aires, Argentina: Grupo Editor Latinoamericano
- Crichton-Miller (2017). The tale of Russia's revolutionary ceramics. *RA Magazine*, (spring). Retrieved from: <https://www.royalacademy.org.uk/article/magazine-the-tale-of-russias-revolutionary-ceramics#related-articles>
- Fukelman, M.C. (2007). *La cultura visual en el río de la plata 1834 – 1852 innovaciones a partir de la configuración y función de la imagen política y costumbrista* (tesis de maestría). Facultad de Bellas Artes, Universidad Nacional de La Plata. Recuperado en: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/45014/Documento_completo.pdf?sequence=3&isAllow-ed=y
- Gontar, C. (2004). Empire Style, 1800-1815. *Heilbrunn Timeline of Art History*. New York: The Metropolitan Museum of Art. Recuperado en: http://www.metmuseum.org/toah/hd/empr/hd_empr.htm
- Levshenkov, V. (2009). *Imperial Porcelain 1744-2009*. San Petersburg, Rusia: St. Petersburg Orchestra Publishers
- Lobanov-Rostousky, N. (1992). Soviet Porcelain of the 1920s: Propaganda Tool. *The Great Utopia. The Russian and Soviet Avant-Garde 1915-1932* (pp. 623- 633). Guggenheim Museum. New York. Retrieved from:: https://monoskop.org/images/f/f1/Lobanov-Rostovsky_Nina_1992_Soviet_Porcelain_of_the_1920s_Propaganda_Tool.pdf
- _____ (2017, may 25). The art of putting Soviet propaganda on porcelain plates. *Apollo Magazine*. Retrieved from: <https://www.apollo-magazine.com/the-art-of-putting-soviet-propaganda-on-porcelain-plates/>
- López, M. del P. (2010). Imágenes republicanas en los objetos de uso, Nueva Granada 1810 - 1840. IX *Congreso Internacional de ADHILAC 2010*. Santa Marta, Colombia: Autor. Recuperado en http://www4.pucsp.br/cehal/downloads/textos/textos_congresso/23_07_2010_Ponencia_Maria_del_Pilar_Lopez.pdf
- Munger, Jeffrey. (2004, october). Sèvres Porcelain in the Nineteenth Century. *Heilbrunn Timeline of Art History*.: New York: The Metropolitan Museum of Art. Retrieved from: http://www.metmuseum.org/toah/hd/sevr/hd_sevr.htm
- Puech P.F. Puech B. (2020). *Napoleón y la porcelana, objeto de memoria. Los íconos en el océano de la historia*. Instituto Napoleónico México-Francia. Recuperado en: <https://web.archive.org/web/20160819232143/http://inmf.org/puechporcelana.htm>
- Romero, C. (2015). Rosas y la "prehistoria" del marketing político en la Argentina. *Infonews*. Recuperado de: <https://www.infonews.com/politica/rosas-y-la-prehistoria-del-marketing-politico-la-argentina-n291834>
- Schávelzon D. (2000). *Historia de comer y beber en Buenos Aires. Arqueología histórica de la vajilla de mesa*. Buenos Aires, Argentina: Ed. Aguilar.
- Schávelzon, D. (2015) Transferware Images of Latin America made by British Factories (1830-19309): the case of Argentina. 1-27. Recuperado en: <http://www.iaa.fadu.uba.ar/cau/?p=4834>
- Secretaría de Cultura (2003). *Exposición de Rosas a Sarmiento Buenos Aires vida cotidiana* [Catálogo de exposición]. Casa de la Cultura, 3 de julio al 31 de agosto. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: autor, Subsecretaría de Patrimonio Cultural. Recuperado de: https://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/documents/de_rosas_a_sarmiento.pdf
- Sixsmith M. (2016). The story of art in the Russian Revolution. *RA Magazine*, (Winter). Retrieved from: <https://www.royalacademy.org.uk/article/art-and-the-russian-revolution>
- Wallis, R. (2014). Taking another look at late 18th and 19th-century Sèvres. *The French Porcelain Society's Journal*, (spring). Retrieved from: <https://www.thefrenchporcelainsociety.com/wp-content/uploads/2016/11/Newsletter-Spring-2014.pdf>
- Tsoumas, J. (2017) Le Joyau Des Arts Décoratifs Européens: The Sèvres Porcelain Factory Resuscitation from 1804 to 1815. *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, 9 (3) 52-63. Retrieved from: <http://rupkatha.com/V9/n3/v9n307.pdf>