

Mayra Fabiola Vázquez Gómez 2 "A" LCC2185

Ana Eloísa Álvarez

## IMAGEN Y PERSUASION EN LA ICONOGRAFIA ROMANA

Como una ciencia, ésta, tiene poco que aportar, como visión general de la historia, no toman en cuenta hechos que pertenecen al ámbito de lo irracional, pero gracias a que surgió la psicología, se ha ido desarrollando una ciencia del arte.

La obra de arte es una transmisora de ideas y sugerencias explícitas e implícitas capaces de conectar con estructuras, formas de pensar, etc.

Worringer, hizo una valoración muy importante a la obra de arte, que nos permite utilizar el término "arte" de provisto ya de carga estética. Una de las personas que despejó el campo en la liberación de aquella carga estética de estudios del arte antiguo fue R. Bianchi Bandinelli, que era seguidor de la corriente formalista.

Formula la tesis del arte romano advirtiendo la resonancia de otra tesis, que es la de Kunstwollen formulada en 1901 por Alois Riegl, Kunstwollen nos habla de la existencia de periodos buenos o malos en el arte. Con esto nos quiere decir que este presupuesto teórico permitió también valorar aquellas expresiones artísticas de baja calidad, creadas en ciertas épocas como lo son el arte romano bajo imperial, pero también aquellas otras como el arte romano provincial. Y precisamente en los productos visuales de la aculturación podemos encontrar con frecuencia la clave del funcionamiento de la persuasión.

La aculturación la entendemos como la valoración total de un conjunto de situaciones producidas entre dos culturas que se encuentran en el espacio y en el tiempo. Ésta consiste en la liberación del prejuicio subyacente, en muchos estudios la llaman cultura dominante. En este caso sería la romana, ya que es dominante en todo; muchos la confunden con el dominio político y cultural, pero ciertamente los modelos que imponen o se tratan de imponer contienen patrones de la cultura receptora.

Roma, al crear estos emblemas lo que hace es adoptar motivos iconográficos que pertenezcan al universo cultural prerromano de la natío o el enthne; los asimila, los recicla, los oficializa y los relanza. El móvil de este proceso es la persuasión, la propaganda política de integración de los nuevos pueblos en el seno del imperio, a través del lenguaje visual.

La adaptación de imágenes nos ha servido mucho porque reside en el hecho de que los símbolos de una comunidad o nación poseen un poder persuasivo.

Para que podamos seguir el análisis visual de una imagen es necesario admitirla como aportadora de más de un significado no siempre evidente para el observador. Podemos decir que concede al que observa la capacidad de poder determinar la identidad del objeto que está observando.

Esta referencia simbólica se expresa en dos categorías: estratos simbólicos y alusiones simbólicas.

Las alusiones simbólicas es lo que él percibe, reconoce o identifica, pero depende también del observador y del momento.

Por otro lado los estratos simbólicos representan la genealogía simbólica del motivo y conforman un repertorio de momentos, de alusiones que han quedado como residuo.

El primer documento que poseemos con este motivo iconográfico es una moneda en bronce acuñada en el año 108 a.c. por Hiarbas de Numidia. Su precedente inmediato era la efigie de Cleopatra III representada en monedas griegas del 117 a.c. acuñadas en la ceca chipriota de Paphos, esta imagen representaba una fisonomía femenina, las imágenes de Alejandro Magno que tras su muerte, difundieron en los reinos helenísticos, sobre todo a través de las monedas, pero también con la escultura.

Como lo es la copia romana en bronce que aún se conserva en el museo Metropolitano de Nueva York. Lo que impulsó a Hiarbas a adoptar esta efigie fue político. Alejandro fue arquetipo de rey, héroe y conquistador durante siglos lo que lo hacía una imagen que representaba poder y realeza helenística, pero también había razones religiosas y artísticas.

Esto forma parte del programa político e ideológico de Sila. El respeto a la tradición religiosa de la cultura autóctona conduce, con el tiempo y la precisión de los patrones culturales romanos a crear síntesis religiosas satisfactorias para ambos.

En África Alejandro Magno se asimila como otro estrato secundario, es eficaz como estrato simbólico de la personificación de África porque conserva ciertos contenidos que provienen de su propia génesis simbólica por otro lado la personificación con piel de elefante se identifica con África por razones de propaganda política.

Es una lectura verdaderamente interesante, debo decir que no le entendí mucho ya que lleva muchos temas, pero realmente es muy interesante aprender sobre la persuasión, sobre imágenes y que la referencia simbólica de la que hablamos se expresa en dos categorías distintas que son estratos simbólicos y alusiones. Que a Alejandro Magno se consideraba una imagen de realeza y poder, me gustaron muchos los temas pienso que es importante saber desde donde proviene cada cosa y desde la perspectiva de diferentes culturas podría decirse así, porque así ya tenemos una idea más clara de lo que son las cosas, de donde provienen y porque.