

Ana Eloisa Alvarez Covarrubias

Comunicación Persuasiva

Actividad 1. Parcial 1 “**Persuasión**”

Mariana Ponce de León, Imagen y persuasión de la iconografía romana.

El siguiente trabajo habla de como la persuasión se presentaba en los tiempos de los romanos.

La imagen fue considerada como un medio para transmitir ideas, conceptos y sugerencias de la época en la que se encuentra, aceptada esta idea desde el siglo diecinueve. Esto significo un gran avance para que el arte fuera considerado disciplina histórica y abría puertas a las artes visuales y filosofía de la historia.

Desde la época romana se vive una visión de diversidad dentro del mismo tiempo en lo cual podemos incluir a la persuasión con fines propagandísticos.

Uno de los principales causas a través de los que actúa la persuasión es el motivo iconográfico como por ejemplo si dicha imagen hace referencia directa al poder. Existen otros causas que podrían dejar el mensaje no tan claro como por ejemplo el gesto o actitud y la gramática de formas también conocida como “estilo”. La relación entre forma y contenido es la que nos permite descubrir que existen intensiones que no son siempre evidentes.

Cabe mencionar que no siempre se cuenta con esa imaginación capaz de establecer relaciones que son generadas desde el inconsciente. Gracias al nacimiento de la psicología del estilo se ha desarrollado una ciencia del arte que trata de entender la obra de arte como una fuente transmisora de ideas capaces de conectar modos de pensamientos, estructuras y sensibilidades colectivas.

Alguno de los problemas a los que se presentan los estudios de la iconografía clásica es la escasa conciencia del papel fundamental que tiene en todos los procesos históricos la aculturación, que se puede entender como las situaciones que son producidas entre dos culturas diferentes que se encuentran en un mismo espacio y tiempo. En este caso la cultura romana es la cultura dominante aunque no se debe confundir con dominio político el dominio cultural y en muchas ocasiones se pueden encontrar patrones de la cultura receptora.

Un ejemplo son los emblemas identificativo que Roma oficializo de los pueblos y provincias que se iban uniendo a su dominio. No se trata solo de arte, se empiezan a manejar propaganda política de integración de los nuevos pueblos a través del lenguaje visual. Tomaban distintos puntos del universo cultural buscando patrones dominantes que asimilaban, reciclaban, oficializaban y relanzaban.

El éxito de la adopción de imágenes consisten en que los símbolos que identifican a uno nación o comunidad posean un poder persuasivo que radica en la memoria y psicología colectiva conformadas mediante la tradición religiosa y cultural.

Para poder hacer un correcto análisis visual de una imagen se necesita estar abierto a más de un significado que no siempre va a ser más evidente. Esto se encuentra vinculado con la iconografía romana oficial, la propaganda de poder.

La referencia simbólica consta de dos partes; las alusiones simbólicas y los estratos simbólicos.

Las alusiones simbólicas son las que reflejan lo que una persona percibe dependiendo de su cultura y momento.

Un estrato simbólico se refiere al momento en el proceso de constitución de una unidad simbólica o imagen.

No siempre la idea principal es captada a simple vista por el receptor puesto que puede perderse el simbolismo original.

Es impresionante darse cuenta como en tiempos tan remotos ya se tenían desarrolladas estas ideas aunque no meramente escritas pero se podían encontrar dentro de lo que podría entenderse como las primeras maneras de realizar publicidad en la que siempre se encontraba presente la persuasión.

Los antiguos romanos de una manera no directa trataban de tener a los pueblos conquistados "contentos" y manipulados de una manera indirecta ya que en sus monedas colocaban imágenes que representaban un poco de la cultura de los romanos y de la cultura de dichos pueblos lo cual los hacía mostrar respeto ya que algo que ellos respetaban.

De igual manera colocaban imágenes de sus líderes y personajes importantes así como hoy en día vemos fotos de políticos por toda la ciudad, propaganda política. Miles de años después se sigue usando de la misma manera, persuadiéndonos de manera a veces no tan consciente y creo yo a veces manipulando nuestras mentes.