

Actividad 1 "imagen y persuasión en la iconografía romana"

**Joseph Cardoso González**

**Actividad 1 "imagen y persuasión en la iconografía romana"**

Claramente la iconografía romana influyó demasiado en la persuasión, ya que el propósito fue y siempre será alentar algo en este contexto, veremos como la persuasión de ideas o mensajes en la iconografía romana. Según la autora, son importantes tres los cuales actúan mediante dicha persuasión: el primero es el motivo iconográfico, esto quiere decir cuando la imagen en sí es una imagen con referencia directa al poder. Los otros dos causas son el gesto y la actitud que en mi opinión la actitud lo es todo, según la autora estos pueden ser inherente o no al motivo iconográfico, como lo podemos ver en este texto y lo vivimos en la actualidad, estos tres factores interactúan de manera fluida. Tal como lo dice el texto lo importante es la relación visual entre forma y contenido la que nos permite descubrir las verdaderas intenciones de lo que muchas veces no es evidente a primera vista. En este punto le damos mucho valor a la imagen ya que es cierto que es un gran transmisor de ideas y conceptos ya reconocido el arte como una disciplina histórica ya que nos dicen que, la persuasión con fines propagandísticos empezó en esa época a reconocerse. También nos explica cuando la imagen es directa al poder es totalmente iconográfico pero cuando lo es pero la imagen es totalmente clara al mensaje debemos observar otros indicadores en la imagen, como ya mencione antes los otros indicadores con los que nos podemos guiar son el gesto y la actitud que pueden delatar totalmente el mensaje que se quiere dar, también colaboro Worringer que en colaboración con la iconología, que es la representación artística en la que se representan simbólicamente, con figura o apariencia de personas, determinadas virtudes, vicios u otros aspectos naturales. Trata de entender al arte como transmisora de ideas y sugerencias implícitas y explícitas capaces de conectar con sensibilidades y pensamientos. Lo que hizo Worringer nos permite utilizar el término "arte". Es claro que la cultura e imperio romano era un dominante, ya que roma al crear emblemas iconográficos hizo uso de la persuasión al lanzarlos y propagarlos a través del lenguaje visual. La eficacia de la adopción de imágenes reside en el hecho de que los símbolos de identidad de una nación o comunidad, posee un gran poder persuasivo sobre el pueblo gracias a la psicología y la memoria conformados mediante la religión y cultura, al final lo que nos quieren decir que un sello o símbolo bien empleado sobre el pueblo es capaz de provocar muchas cosas usando la persuasión correcta. Muchas veces al ver una imagen no somos capaces de ver ese mensaje implícito dentro de la misma, cuando en realidad es portadora de más de un mensaje no siempre evidente a todos. "La propaganda de poder" un término del cual hicieron buen uso en la iconografía romana. También debemos saber que la referencia simbólica se expresa en dos formas, las alusiones simbólicas que en resumen es lo que se percibe, reconoce o identifica, también depende el observador y el momento. Otro ejemplo de la persuasión y de cómo nos oponían un mensaje de poder era la efigie de Alejandro Magno ya que fue el arquetipo de rey, héroe y conquistador durante siglos, entonces que mejor imagen para afianzar poder que su figura de bronce.

### Actividad 1 "imagen y persuasión en la iconografía romana"

En otras palabras tanto el símbolo de África como la figura de Alejandro nos daban un mensaje subliminal del cual el receptor no era siempre capaz de captar, tal y como se manejaba en la antigüedad se sigue manejando en la actualidad. Otros ejemplos son la efigie de la moneda de Alejandría cuyo símbolo era la mujer con la piel de elefante, que tiempo después se usó como moneda pero antes como símbolo africano entonces caemos en que el símbolo seguía permaneciendo en uso, y recordando que el símbolo o emblema de África llevaba en circulación ya más de un siglo. Claramente para los africanos el símbolo significaba otra cosa a comparación con los egipcios, también con el tiempo esta imagen se acuñó con Alejandría y su fundador Alejandro por un simple proceso visual. Como ya mencionado antes los mensajes subliminales como para los africanos lo era el símbolo, para los egipcios era un mensaje directo y explícito en la propaganda. También la muestra clara de que una imagen no puede mentirnos en cuanto al mensaje que queremos descifrar, no puede engañarnos más que un texto pero de igual manera el documento dependiendo la gramática y otros factores nos pueden dar a entender mensajes diferentes, simplemente tiene unas claves de lectura distintas. Barbara Levick consideraba, por ejemplo, que el mensaje monetario iba, con frecuencia, destinado al propio rey o emperador, más que al propio público. Pero incluso aunque así fuere, sigue siendo una forma de propaganda, siempre y cuando tengamos clara la definición de Propaganda significa literalmente propagar, reproducir, difundir y no necesariamente políticas, sino también relacionadas con otras ideas, por ejemplo, dinásticas o familiares. También el contenido o mensaje de una imagen no siempre es bien captado por un solo observador tanto ahora como hace años. La psicología por ejemplo y el estudio de las religiones han demostrado que lo incomprendible posee, en determinados contextos, una capacidad persuasiva y motriz basada precisamente en ese respeto, casi sagrado, por lo intangible o irracional que habita en lo más profundo de nuestro subconsciente.

También en la actualidad estamos acostumbrados a ver símbolos cuyo significado apenas somos capaces de definir, como ocurre con los timbres, monedas o billetes y, sin embargo, sabemos que por estar ahí, en el papel o en la moneda, tienen un valor, casi incuestionable. Esa es precisamente la clave de todo esto, el soporte iconográfico, en sí mismo, una garantía de legitimidad. Otro de los temas iconográficos idóneos para entrar en la persuasión es el de las imágenes de bárbaros que pueblan todos los monumentos triunfales romanos. El motivo iconográfico constituye el primer cauce de persuasión, lo segundo sería el lenguaje gestual, su función en el arte es el de ser el factor modificador del motivo, es el que nos ofrece el estadio final. Otro ejemplo que se nos da de mensajes mediante una imagen es en la capilla Carafa de la basílica de Santa María sopra Minerva, donde Tomás de Aquino, sentado pisando a un yacente Averroes, donde leemos en el fresco de Lippi, La sabiduría vence a la malicia, es decir el fraude, al engaño que supone una incorrecta lectura de Aristóteles por parte de Averroes. Es evidente que los romanos manejaban la persuasión con el simple, directo y a veces indirecto mensaje de "Conquista para civilizar". También el tercero de los cauces a través del cual se considera actúa la persuasión visual es el llamado "estilo" o gramática formal. En mi opinión muchos factores debían interactuar para dar el mensaje correcto para el receptor elegido y al parecer los romanos eran los maestros de la persuasión y empleaban correctamente los cauces. Eran maestros en dominar a su pueblo mediante mensajes directos e indirectos con mensajes claros como el de

Joseph Cardoso González

Comunicación persuasiva

### Actividad 1 "imagen y persuasión en la iconografía romana"

poder y superioridad y el de respeto o temor. Había mensajes implícitos en las estatuas, monedas etc. Y podían cambiar dependiendo de la cultura que se adoptaba o lo que el pueblo dictaba según las circunstancias.