

Índice

11-12	Agradecimientos
13-42	1. Introducción
15-21	1.1. Propaganda, ideología y hegemonía
21-42	1.2. Comunicación persuasiva en el alto Imperio: numismática, <i>prodigia</i> y rumores
43-88	2. Monarquía, República y Principado: Júpiter y la legitimación religiosa del poder político en Roma
44-61	2.1. Júpiter como legitimador del poder en época monárquica y republicana
62-88	2.2. Júpiter como legitimador del poder en época Julio-Claudia
89-158	3. El año de los Cuatro Emperadores
91-120	3.1. Galba y la ruptura de la legitimidad Julio-Claudia
120-135	3.2. Otón y el retorno al neronismo
135-158	3.3. Vitelio, la <i>impietas</i> personificada
159-210	4. Vespasiano, fundador dinástico
211-252	5. Tito, continuador ideológico
253-332	6. Domiciano, corregente de la divinidad
254-292	6.1. Júpiter Óptimo Máximo en la propaganda domicianea
293-325	6.2. Júpiter y los sodales Flaviales Titiales

325-332	6.3. <i>Prodigia y omina mortis</i>
333-394	7. Trajano, reformulador del modelo Flavio
336-350	7.1. Nerva: del <i>dominus et deus</i> al <i>primus inter pares</i>
350-360	7.2. Nerva y la ruptura del modelo propagandístico Flavio
360-374	7.3. Trajano: del <i>primus inter pares</i> al <i>optimus princeps</i>
374-394	7.4. Propaganda trajanea: ¿ruptura o reformulación?
395-409	8. Conclusiones
411-434	9. Bibliografía
435-528	10. Índice y traducción de fuentes clásicas
529-552	11. Índice temático

1. Introducción

Júpiter Óptimo Máximo, principal divinidad del panteón romano, fue, sin lugar a dudas, una pieza clave dentro de los mecanismos de legitimación política en el mundo romano. Su función como rey de los dioses y representante celeste del poder político hunde sus raíces en la más remota historia de Roma, comenzando su andadura, aparentemente, en época monárquica. Esta vinculación entre los gobernantes romanos y Júpiter Óptimo Máximo irá evolucionando de manera paralela a las profundas transformaciones que la sociedad romana irá sufriendo a lo largo de su historia. De justificación del poder de los Tarquinios, Júpiter pasará a convertirse en garante de la salvaguarda de la República, para erigirse posteriormente como el elector y protector divino del *princeps* en época imperial.

Este papel destacado de Júpiter dentro de los aparatos ideológicos de justificación política tendrá su perfecto reflejo en las fuentes que han llegado hasta nuestros días, ya sean de carácter literario, arqueológico o iconográfico. El estudio de estas nos permite analizar la evolución de la concepción del poder político dentro de la mentalidad romana y la estrecha relación establecida entre este y la religión estatal, que servirá, en muchas ocasiones, de vehículo de los mensajes propagandísticos emitidos desde el poder. Los gobernantes romanos se servirán, por lo tanto, de todos los medios a su alcance para vincularse, de forma más o menos directa, con Júpiter Óptimo Máximo, dado el rédito simbólico y político que conllevaba dicha relación.

Estos medios de transmisión del mensaje propagandístico de corte religioso serán muy variados, siendo la literatura, la numismática, la estatuaria, la epigrafía, los monumentos públicos o los *prodigia* algunos de los principales soportes sobre los cuales se plasmará la imagen pública del gobernante. El

hecho de que se mantenga una notable coherencia del mensaje, sea cual sea su método de difusión, nos habla de la creación de todo un aparato propagandístico complejo destinado a establecer un discurso unitario y, a través del mismo, a imponer la hegemonía ideológica del gobernante. Con el establecimiento del poder unipersonal tras la fundación del Principado, la propaganda de corte religioso se convertirá en una de las principales herramientas que permitieron la perpetuación en el poder de un líder carismático como el emperador romano, cuya legitimidad residía, en gran parte, en el beneplácito de los dioses.

La caída de Nerón demostrará hasta qué punto la elección y protección divina del gobernante habían supuesto uno de los pilares para el mantenimiento de la dinastía Julio-Claudia en el poder. Sus enemigos políticos no dudarán en utilizar en su contra las mismas armas ideológicas esgrimidas por el emperador para justificar su posición de privilegio. Las luchas entre los usurpadores del año 69 d.C. no solo se darán en el campo de batalla, sino también en el terreno ideológico. A través del análisis de los aparatos propagandísticos de cada uno de los contendientes, atenderemos a una lucha por la hegemonía desatada entre diferentes facciones de la élite para la consecución de la púrpura. La dinastía Flavia, vencedora definitiva de tal conflicto, fomentará la concepción del poder imperial como una concesión divina, debido en gran parte a la imposibilidad inicial de basar su gobierno en principios dinásticos, dada la carencia de lazos con la anterior *gens* gobernante. Domiciano, último de los emperadores Flavios, procederá a enfatizar, aún más, la vinculación entre el *princeps* y Júpiter Óptimo Máximo, convirtiéndose por obra y gracia de los aparatos ideológicos de legitimación en el corregente terrenal de la divinidad. Si bien, tras su caída, Domiciano será denostado y demonizado, su programa propagandístico tendrá una gran influencia en los discursos desarrollados por gobernantes posteriores, siendo su mandato uno de los principales puntos de inflexión en el proceso de evolución del papel de Júpiter Óptimo Máximo dentro de los esquemas imperiales de justificación política.

Es nuestro principal objetivo, por lo tanto, analizar pormenorizadamente los cambios introducidos en el terreno de la legitimación religiosa del poder del emperador, especialmente en referencia al énfasis en la cercanía entre el gobernante y la principal deidad del panteón romano, en el periodo comprendido entre la muerte de Nerón y el gobierno de Trajano. La elección de este arco cronológico nos permitirá percibir la profunda influencia que las innovaciones Flavias, y especialmente domicianeas, proyectarán en la concepción del poder imperial asentada ya a principios del siglo II d.C. De esta manera,

analizaremos la mutación del papel propagandístico de Júpiter Óptimo Máximo desde la ruptura del sistema Julio-Claudio, con la caída de Nerón y las luchas del año de los Cuatro Emperadores, hasta el asentamiento de los Antoninos en el poder, haciendo especial hincapié en el papel de catalizador jugado por la política desarrollada por los distintos miembros de la *gens Flavia* entre ambos sistemas.

1.1. Propaganda, ideología y hegemonía

Como ya hemos mencionado, es nuestra intención estudiar la evolución de los esquemas ideológicos de justificación del poder imperial, y el papel que Júpiter Óptimo Máximo desempeñó en estos como principal encarnación del poder dentro del sistema religioso romano. Para ello, primero debemos establecer qué entendemos por propaganda a nivel teórico, qué función desempeña esta dentro del establecimiento, consolidación o socavamiento del poder político y qué papel pudo tener dicho fenómeno en el sistema político altoimperial.

El primer punto a discutir, debido a su importancia capital para el desarrollo de nuestra hipótesis de trabajo, es si podemos hablar de propaganda en el mundo romano. El término propaganda es, por sí mismo, polémico. A día de hoy es más frecuente hablar, a nivel académico, de publicidad en vez de propaganda, debido a las connotaciones negativas que denota dicho vocablo, sobre todo entre la investigación anglosajona. La palabra propaganda ha quedado vinculada, a lo largo del siglo XX, con los regímenes totalitarios de las primeras décadas del siglo pasado, las cuales hicieron uso de este medio de comunicación persuasiva de una manera extensiva. El término ha quedado unido, en el subconsciente de los investigadores, al totalitarismo político y, en cierto modo, a la falsedad de la información transmitida a través de los canales de comunicación por él denominados. De este modo, algunos autores dedicados al estudio del pasado romano defienden el uso del término inglés *publicity* en vez del tradicional *propaganda* para referirse a los mecanismos de legitimación del poder desarrollados en época imperial, debido no solo al matiz supuestamente peyorativo del término en sí sino considerando, igualmente, que los sistemas de justificación política del periodo romano no habrían alcanzado la complejidad, extensión y persistencia unidas a la moderna propaganda (Levick 1982, 105-107).

Nosotros, por el contrario, consideramos que el término propaganda es perfectamente apropiado para definir los fenómenos que vamos a analizar a lo

largo del presente trabajo, frente al término publicidad, relacionado en castellano con una concepción comercial (Wright 1993, 86; Méndiz Nogero 2008, 47-53), y no ideológica, como es el caso de la propaganda (Méndiz Nogero 2008, 53-55), de la comunicación persuasiva. De hecho, desde nuestro punto de vista, ambos fenómenos son, a nivel comunicacional, prácticamente idénticos, siendo su principal diferencia, a nivel teórico, los contenidos vinculados tradicionalmente a cada uno. Esta diferenciación por contenidos, sin embargo, ha empezado a desdibujarse en gran parte por las connotaciones negativas del término propaganda dentro del mundo de la publicidad. De esta manera, contenidos tradicionalmente vinculados con la propaganda, como la política o la ideología, han empezado, en los últimos años, a ser denominados publicidad política o publicidad social, en un intento de evitar el estigma unido a la palabra propaganda (Méndiz Nogero 2008, 45). Consideramos, por lo tanto, que un repaso, aun somero, por los fundamentos teóricos de la propaganda sería útil para encuadrar los conceptos manejados en nuestro estudio y justificar nuestro uso del término en referencia al empleo de la religión con fines ideológicos por parte de la dinastía Flavia.

El origen del término propaganda debe ser buscado en el siglo XVII, cuando es acuñado por el papa Gregorio XV en su bula *Sacra Congregatio de Propaganda Fide*, destinada a difundir el catolicismo y neutralizar el protestantismo en Europa. La palabra fue creada a partir del término agrario latino *propagare*, en el sentido de extender, sembrar o propagar, con la intención de ilustrar, metafóricamente, la tarea del catolicismo de sembrar el sistema de valores y creencias cristiano (Pineda Cachero 2006, 27-29). Como han señalado algunos investigadores antes que nosotros, el hecho de que el término propaganda fuese creado en siglo XVII, con una intención en cierto modo distinta al uso que se le da a día de hoy, no implica que el fenómeno al que este hace referencia no existiese de forma precedente (Pineda Cachero 2006, 30). La propaganda ha sido definida como *the control of opinion by significant symbols, or, to speak more concretely and less accurately, by stories, rumors, reports, pictures and other forms of social communication. Propaganda is concerned with the management of opinions and attitudes by the direct manipulation of social suggestion rather than by altering other conditions in the environment or in the organism* (Lasswell 1971, 9). La propaganda, en el sentido actual del término, sería, desde este punto de vista, la creación o manipulación de la opinión por medios no coercitivos físicamente, sino a través de la comunicación persuasiva materializada en un lenguaje simbólico capaz de transmitir un mensaje con un objetivo determinado a un grupo de-

terminado (Young 1980, 196), ya sea este una gran masa de población o una pequeña sección de esta, como pueden ser las élites (Pineda Cachero 2006, 151). Sería difícil defender, desde nuestro punto de vista, que la utilización de la iconografía, la arquitectura o los *prodigia* y los rumores en época romana no pueda ser definida, perfectamente, a través de este término, siendo estas, claramente, diferentes vías de difusión de la comunicación persuasiva emitida desde el poder político.

Así, consideramos que la propaganda es un fenómeno transhistórico (Pineda Cachero 2006, 64-72), pudiendo rastrearse algunas de las pautas que rigen este fenómeno comunicativo sea cual sea el contexto histórico, político y social. Si bien los medios a través de los cuales se crea y difunde el mensaje propagandístico van cambiando, ya sea por innovaciones tecnológicas o por necesidades concretas de sus emisores, la comunicación persuasiva de carácter ideológico, la propaganda, tiene los mismos objetivos y mecanismos de funcionamiento a lo largo de la Historia. Esta condición, que diferencia a la propaganda de otras formas de comunicación persuasiva, como la publicidad, vinculada a la economía capitalista desde su creación, se basa, principalmente, en su estrecha vinculación con otro fenómeno transhistórico, del cual es difícilmente separable, la ideología. Tal y como defendió Althusser, retomando una expresión de Freud, la ideología es eterna, en el sentido de su omnipresencia transhistórica y su inmutabilidad formal a lo largo del transcurso de la Historia (Althusser 1988, 42-43).

La propaganda formaría parte, por lo tanto, de lo que Althusser denominó acertadamente los aparatos ideológicos de Estado. Frente a la concepción marxista tradicional del Estado como aparato primariamente represivo, Althusser, siguiendo el camino abierto por Gramsci, propone que el mantenimiento de un sistema político determinado no solo necesitaría garantizar la reproducción de la fuerza de trabajo sino también la reproducción de la sumisión de esta al orden establecido, es decir, la asunción, por parte de la población, de la ideología dominante emitida desde las instancias de poder (Althusser 1988, 14-15). Si bien un amplio sector de la investigación marxista tradicional consideraba la superestructura como un epifenómeno de la estructura económica (Mouffe 1979, 169-178), el desarrollo de dicho concepto a lo largo del siglo XX, principalmente a partir de los textos de Antonio Gramsci, ha impreso un impulso renovado a los estudios relativos a la ideología desde una perspectiva materialista. La superación de las limitaciones impuestas por el reduccionismo economicista, que concebía la ideología como mero reflejo distorsionado y distorsionante de las relaciones de producción o como una he-

ramienta de alienación de las clases subordinadas, ha permitido el desarrollo de la teoría marxista de la superestructura, de la cual Althusser, al igual que Laclau o Mouffe, fue uno de sus principales representantes.

La diferencia básica de los aparatos ideológicos de Estado frente al aparato represivo de Estado residiría, en una primera instancia, en que los primeros no se basan principalmente en la violencia o en la coerción física, sino en la ideología y el «sentido común». Todo aparato represivo de Estado hace uso hasta cierto punto de la ideología, y todo aparato ideológico de Estado puede llegar a utilizar la violencia, pero la diferencia entre ambos mecanismos reside en el peso específico de la represión o la persuasión en cada uno de ellos (Althusser 1988, 26-27). Entre los aparatos ideológicos de Estado, Althusser recogía, en referencia a la sociedad actual, los aparatos religiosos, políticos, educativos, jurídicos o culturales (Althusser 1988, 25). Es cierto que algunos de estos ámbitos no pueden ser extrapolados a la época romana, debido a su creación y consolidación posterior, pero consideramos que otros, como los aparatos ideológicos religiosos, culturales o políticos, habrían podido tener un papel fundamental dentro del mantenimiento y consolidación del sistema del Principado, y del poder de los gobernantes concretos que revestirán sucesivamente la púrpura. Al igual que ocurre en el mundo actual, los emperadores romanos no podían mantener el poder a través de la mera represión, y más en periodos de ruptura del monopolio estatal de la violencia como el año 69 d.C., siendo necesario un uso extensivo de la persuasión, es decir, de la ideología, de los aparatos ideológicos de Estado que sustentan la misma y de su principal vehículo comunicativo: la propaganda.

Desde este punto de vista interpretativo, el emperador, junto con las élites senatoriales, ecuestres y provinciales, sería parte de la «clase dominante» que acapara el poder y hace uso tanto del aparato represivo del Estado, el ejército, como de los aparatos ideológicos del mismo, como la religión o la cultura, para consolidar y mantener su posición de privilegio mediante la reproducción de la ideología dominante o hegemónica (Althusser 1988, 27). De hecho, una de las características que permiten hablar de propaganda en época romana será, sin ninguna duda, su vinculación directa con la creación, mantenimiento o destrucción del poder (Pineda Cachero 2006, 80), siendo este el fin último de la comunicación ideológica persuasiva desarrollada tanto por los gobernantes como por sus principales detractores a lo largo de la Historia.

Estos mecanismos, en palabras de Althusser, harían uso de actos materiales insertos en prácticas materiales, reguladas por rituales materiales, definidos, a su vez, por el aparato ideológico material del que proceden las ideas

de aquellos sujetos inmersos en dicho aparato (Althusser 1988, 50). El culto imperial sería, desde nuestro punto de vista, uno de los mejores ejemplos que escenifican esta materialidad de los aparatos ideológicos de Estado desarrollados en época imperial romana. Los templos de culto imperial, los rituales llevados a cabo en los mismos y la iconografía que da significado a estos, permiten, desde esta perspectiva, la asunción por parte de los participantes de la superioridad del emperador respecto al resto de los mortales. En definitiva, la lucha por el poder político en época romana no se daría solo en el terreno militar, sino que también sería una lucha por el control de estos aparatos ideológicos de Estado. De hecho, no solo el *princeps* y las élites a él afines se servían de los mismos, sino que las facciones de clase contrarias al mantenimiento en el poder de un gobernante concreto podían usar igualmente los aparatos empleados por el emperador para su legitimación política en contra de su creador (Althusser 1988, 28, n. 11), convirtiéndose la ideología en un campo de batalla paralelo a la lucha política o la usurpación.

El gobernante exitoso, por lo tanto, *is dominant in two ways, that is to say it is dominant and ruling. It rules the allied classes and dominates the opposing classes* (Mouffe 1979, 179). Nuevamente, Gramsci se convierte en uno de los principales referentes a la hora de analizar los medios por los cuales el gobernante puede conseguir y mantener el control de los aparatos ideológicos de Estado, permitiendo cohesionar a sus aliados y dominar al resto de miembros de la sociedad (Mouffe 1979, 201). El concepto gramsciano de hegemonía, esbozado por el intelectual italiano en sus influyentes *Quaderni del Carcere*, se ha convertido en una de las herramientas más útiles para el estudio del poder político y de las superestructuras ideológicas que permiten su mantenimiento y perpetuación en el tiempo. A pesar de su potencial interés para el investigador, su uso es, sin embargo, complicado, ya que no se dio un desarrollo sistemático de dicho concepto y de sus implicaciones por el propio Gramsci. La indefinición inicial del concepto, por otro lado, implica una riqueza teórica para nada desdeñable, debido al desarrollo que han tenido las teorías gramscianas dentro de diversas escuelas marxistas de pensamiento. La hegemonía sería, en palabras de Gramsci, un momento político *in cui si raggiunge la coscienza che i propri interessi corporativi, nel loro sviluppo attuale e avvenire, superano la cerchia corporativa, di gruppo meramente economico, e possono e debbono divenire gli interessi di altri gruppi subordinati [...] è la fase in cui le ideologie germinate precedentemente diventano «partito», vengono a confronto ed entrano in lotta fino a che una sola di esse o almeno una sola combinazione di esse tende a prevalere, a imporsi, a dif-*

fondersi su tutta l'area sociale, determinando oltre che l'unicità dei fini economici e politici, anche l'unità intellettuale e morale, ponendo tutte le questioni intorno a cui ferve la lotta non sul piano corporativo ma su un piano «universale» e creando così l'egemonia di un gruppo sociale fondamentale su una serie di gruppi subordinati (Gramsci 1977, 1584).

El triunfo de un aparato ideológico dado, la hegemonía, se conseguiría a través de la asunción de este por parte de la mayoría social, que llega a identificar sus propios intereses con aquellos de la «clase» dominante y a asumir el reparto de poder dado como la mejor garantía de la defensa de los mismos. De esta manera, el gobernante debe persuadir no solo a sus súbditos sino también al resto de miembros de las élites imperiales, que podían suponer, a priori, una clara amenaza al mantenimiento de su poder político a través de la usurpación. El emperador debe crear los aparatos ideológicos necesarios, y consolidarlos a través de la propaganda en todas sus vertientes, para conseguir un apoyo social mayoritario y asegurar su perpetuación en el poder. La hegemonía permitiría neutralizar y prevenir la aparición de demandas específicas, tanto por parte de los subordinados al poder imperial como a aquellos personajes pertenecientes a las élites cuyos intereses podían implicar la eliminación del grupo hegemónico para ocupar su espacio, mediante la inclusión en el discurso oficial de la defensa y promoción de parte de los intereses de estos sectores sociales sujetos al poder (Mouffe 1979, 183). Los opositores a un régimen determinado se ven así obligados a deconstruir el aparato ideológico desarrollado por sus antecesores y rearticular sus elementos mediante su resignificación, es decir, adaptar el anterior sistema a unas nuevas necesidades de legitimación sin llegar a eliminarlo y aprovechando, por lo tanto, unos mecanismos de justificación previamente asentados para conquistar la hegemonía (Mouffe 1979, 192-194).

Se puede argumentar que sería muy difícil, dada la naturaleza limitada de nuestras fuentes, el rastrear el funcionamiento de aparatos ideológicos de tal complejidad operativos en un pasado lejano. Debemos basarnos, para llevar a cabo tal empresa, en la interpretación de la estructura material de la ideología. Tal y como señaló Gramsci (Gramsci 1977, 332-333; Mouffe 1979, 187), el grupo hegemónico se sirve de medios materiales para la difusión propagandística de sus aparatos ideológicos. En el mundo romano, algunas de las principales vías materiales de difusión del mensaje propagandístico serían, como hemos mencionado, la literatura, la arquitectura, la estatuaria o la numismática. Estas fuentes, que servirán de base fundamental al presente estudio, reflejan, desde nuestro punto de vista, los aparatos ideológicos desarrollados tanto

por parte del poder como por sus principales opositores, permitiendo realizar lo que podríamos denominar una «arqueología de la ideología», es decir, intentar desentrañar, a través de los restos materiales que conformaron las vías de afianzamiento del discurso hegemónico y contrahegemónico, el contenido y funcionamiento del mismo. Procederemos, por lo tanto, a analizar algunos de estos medios de comunicación persuasiva utilizados por parte del poder imperial, y sus posibles opositores, durante el periodo que comprende nuestro estudio.

1.2. Comunicación persuasiva en el alto Imperio: numismática, *prodigia* y rumores

Muchos han sido los estudios históricos y arqueológicos que han analizado los aparatos propagandísticos desarrollados por los gobernantes romanos a lo largo del Imperio. El desarrollo de un poder personalista y centralizado hace de la creación de mecanismos complejos de justificación ideológica del poder político una necesidad primordial. Sin lugar a dudas, uno de los estudios más influyentes en el campo de la propaganda imperial romana ha sido el clásico de Zanker *Augustus und die Macht der Bilder* (Zanker 1992), en el cual el investigador alemán analizaba pormenorizadamente la gran importancia que revistió la iconografía, tanto en su aspecto monumental como, por ejemplo, en el numismático, a la hora de legitimar el poder de Augusto y establecer la institución del Principado. Del mismo modo, otros autores han utilizado diferentes fuentes iconográficas, arqueológicas y literarias en sus estudios, como puede ser el caso de Fears (Fears 1977, Ídem 1981a), pero sin llegar a plantearse, en muchas ocasiones, si podemos rastrear otros medios de transmisión de la propaganda alejados de aquellos en los que se ha centrado hasta la fecha la investigación, demasiado dependiente, en ocasiones, de los sesgos propios de unas fuentes literarias creadas por y para las élites.

Una excepción será el caso de la iconografía numismática, que siendo un medio de transmisión del mensaje propagandístico de carácter masivo e interclasista sí ha sido estudiado en profundidad con anterioridad para el periodo que nos ocupa (Jacobo Pérez 2003). Debemos analizar, aun así, si la validez que atribuimos a la iconografía numismática como fuente para el estudio de los aparatos ideológicos de justificación del poder imperial reflejaría verdaderamente el papel que jugaron este tipo de imágenes en el momento de su acuñación y distribución, dadas las serias dudas que se han expresado al res-

pecto (Jones 1956, 13-33). Sin embargo, queremos dar un paso más allá. Es uno de los objetivos del presente estudio intentar dilucidar si algunas fuentes ya utilizadas a la hora de estudiar la propaganda imperial, como son los *omina* y los *prodigia* (Requena 2001; Vigourt 2001), pudieron ser difundidos entre la población de la capital a través de medios de transmisión del mensaje propagandístico no analizados por otros autores, como podría ser el caso del rumor. Es por ello por lo que queremos profundizar, aunque sea someramente, en los fundamentos metodológicos sobre los que basamos nuestro uso de la iconografía numismática y los *prodigia* como fuentes para el estudio de la utilización propagandística de Júpiter Óptimo Máximo en época Flavia.

Comenzaremos por los debates establecidos en torno a la validez de la iconografía numismática como fuente para el estudio histórico de un periodo determinado. Si bien en muchas ocasiones la historiografía pasa a utilizar las imágenes presentes en las acuñaciones monetales imperiales sin llegar a analizar realmente hasta qué punto las mismas pueden ser representativas del periodo en el que fueron emitidas, creemos que es importante, por coherencia, presentar las bases teóricas sobre las cuales se basa nuestro uso de la numismática en el presente trabajo. El punto de partida debe ser, obviamente, el artículo de Jones, que supuso un auténtico revulsivo para el campo al plantear serias dudas sobre la posibilidad real de utilizar los programas iconográficos numismáticos como fuentes para la investigación de un periodo dado (Jacobo Pérez 2003, 21). La primera crítica realizada por Jones es que la importancia otorgada por los historiadores a las imágenes presentes en las monedas conservadas en el registro arqueológico no se corresponde con el testimonio de las fuentes clásicas que, según dicho investigador, no harían referencia a la relevancia que algunos autores actuales vinculan a la iconografía monetar romana. En caso de que las imágenes hubiesen sido inteligibles, y hubiesen portado mensajes emitidos por el poder, su papel habría sido reflejado, desde su punto de vista, en las obras redactadas en época romana (Jones 1956, 14).

Del mismo modo, las leyendas latinas de las monedas acuñadas en las cecas imperiales habrían impedido su correcta comprensión en grandes áreas del Imperio, como Oriente, donde el griego habría sido la lengua vehicular. Las élites, capaces de leer perfectamente las leyendas, tendrían, según el autor, obras literarias mucho más elevadas a las cuales dedicar su tiempo, mientras que los habitantes de las provincias menos romanizadas no podrían captar completamente el significado de los mensajes portados por las monedas (Jones 1956, 14-15). Algo similar ocurriría con la iconografía monetar: las complejas alegorías interpretadas por los investigadores a partir de las imáge-

nes impresas en las monedas no se corresponderían con el nivel interpretativo de gran parte de la población, por mucho que el lenguaje figurativo haya sido utilizado tanto en épocas posteriores como anteriores para superar la barrera del analfabetismo (Jones 1956, 15). Para reforzar su hipótesis utiliza el testimonio de Juan de Éfeso, el cual recoge como la personificación de Constantinopla presente en las monedas del siglo VI d.C. era tomada como una representación de Venus por la población¹. Jones culmina su reflexión con una afirmación lapidaria: *it would be better if numismatists took the coin types and legends less seriously, and if historians of the empire, instead of building fantastic history upon them, frankly admitted that the political history of periods when coins are the sole evidence is irrecoverable* (Jones 1956, 16). El objetivo principal de las monedas, desde su punto de vista, era puramente económico, no pudiendo desprenderse un uso ideológico claro y coincidente con el resto de testimonios propagandísticos del periodo (Jones 1956, 19). Jones llega a afirmar, en definitiva, que los griegos y romanos no dieron demasiada importancia a la moneda como vehículo de propagación de la soberanía (Jones 1956, 17). Este enfoque escéptico ha sido seguido, en mayor o menor grado, por autores posteriores, como Buttrey, Belloni o Crawford, los cuales limitan en sus estudios la importancia otorgada a las imágenes acuñadas en las emisiones imperiales (Buttrey 1972, 89-109; Belloni 1974, 997-1144; Ídem 1976, 131-159; Crawford 1983, 47-64).

Debemos decir, sin embargo, que muchos de sus argumentos han sido, a día de hoy, desbancados. El primer punto a señalar es que, tal y como apuntó Sutherland, tampoco abundan las referencias literarias explícitas a la importancia de la arquitectura, la epigrafía o la escultura, lo cual no lleva a defender que estas no tuvieron ningún significado propagandístico para sus creadores (Sutherland 1959, 50). De esta forma, es difícil defender que una de las principales revoluciones numismáticas llevadas a cabo durante la República romana, como es la aparición de una gran variedad de tipos que, además, van cambiando cada cierto tiempo, no tendría ningún significado (Sutherland 1959, 48-49). De hecho, podría defenderse que el esfuerzo invertido en formar y mantener artistas dedicados a realizar los diferentes cuños utilizados para la emisión de moneda sería difícilmente explicable si no se considerase que los tipos acuñados ofrecerían algún rédito simbólico a la autoridad encargada de su producción (Jacobo Pérez 2003, 22), ya que si estos hubiesen tenido un mero valor decorativo no habría resultado rentable.

¹ *Hist. Ecc.* III, 14. Traducción inglesa de R. Payne.

La afirmación de que los romanos no le dieron una especial importancia a la moneda como fuente de prestigio queda descartada, igualmente, si atendemos a la obsesión, por parte de los emperadores, de comenzar a producir moneda a su nombre tan pronto como llegaban al gobierno. Este fenómeno será significativamente más acusado en periodos de crisis como el año 69 d.C., en los cuales los diferentes usurpadores deben desarrollar aparatos de justificación política que les permitan presentarse como los gobernantes legítimos frente a sus contrincantes. No es de extrañar que una de las primeras decisiones de personajes como Galba², Vitelio³ o Vespasiano⁴ sea, precisamente, el acaparamiento de metales preciosos y el inmediato establecimiento de cecas capaces de producir moneda a su nombre. Su fin, como defenderemos a lo largo de la presente investigación, no sería meramente económico, sino igualmente propagandístico.

Además, como ya han señalado otros autores antes que nosotros, la afirmación de Jones de que carecemos de testimonios que se refieran a la importancia simbólica otorgada a la iconografía numismática en las fuentes clásicas es, simplemente, falsa. Es cierto que, tal como afirma Levick, los autores grecorromanos tienden a no mencionar las monedas en sus obras o a no utilizarlas como fuente de información, pero dicha ausencia no puede ser interpretada sino como una consecuencia del estilo literario utilizado por las fuentes clásicas. De esta manera, para la investigadora británica, los historiadores de época imperial no mencionarían las monedas por considerar estas como un elemento no literario, ajeno a la tradición artística en la que sus obras se ven enmarcadas, y no por considerar los tipos monetales como carentes de significado (Levick 1982, 106).

Sin embargo, el hecho es que algunos autores romanos nos hablan de tipos concretos y de la importancia otorgada a los mismos por parte de los emperadores, siendo quizá los ejemplos más claros los de las referencias de Suetonio a la inclusión en el aparato gráfico monetar, por parte de Augusto,

² Plut. *Vit. Galb.* 20, 2. ἀποστάντος δὲ Γάλβα πρῶτος αὐτῷ προσεχώρησε τῶν ἡγεμόνων, καὶ φέρων ὅσον εἶχεν ἐν ἐκπώμασι καὶ τραπέζαις ἄργυρον καὶ χρυσὸν ἔδωκε κατακόψαι ποιουμένων νόμισμα.

³ Tac. *Hist.*, 1, 57, 2. [...] *ardorem exercituum Agrippinenses, Treuirii, Lingones aequabant, auxilia equos, arma pecuniam offerentes, ut quisque corpore opibus ingenio ualidus. nec principes modo coloniarum aut castrorum, quibus praesentia ex affluentia et parta uictoria magnae spes, sed manipuli quoque et gregarius miles uiatica sua et balteos phalerasque, insignia armorum argento decora, loco pecuniae tradebant, instinctu et impetu et auaritia.*

⁴ Tac. *Hist.*, 2, 82, 1. [...] *apud Antiochensis aurum argentumque signatur [...].*

del capricornio, uno de los tipos más característicos de su gobierno⁵, o de la creación, por indicación de Nerón, de una moneda que mostraba al *princeps* como citaredo⁶. Ambas fueron señaladas hábilmente por Fears (1977, 201-202), que comparte con Sutherland su crítica a las teorías de Jones. De hecho, no solo ha quedado reflejada la intencionalidad con la que los emperadores elegían los tipos, sino que las fuentes se detienen en varias ocasiones a explicar el contenido de las monedas (Fears 1981b, 910-911, n.394), reflejando la interpretación cotidiana de las mismas⁷. Del mismo modo, las reacuñaciones de los tipos tras la caída en desgracia de los emperadores que los emitieron señalarían hacia la importancia legitimadora que se otorgó, ya en la época, al aparato gráfico que acompañaba a las monedas (Blamberg 1976, 31-85).

Esto ha llevado a los estudiosos a plantearse si el emperador tenía realmente un papel a la hora de elegir los tipos monetales acuñados bajo su mandato. Si bien hemos visto que fuentes como Suetonio o Dión Casio no dudan en atribuir a los gobernantes la capacidad para decidir los tipos que se iban a emitir en las cecas, parte de la investigación niega que hubiese una participación directa del emperador en su elección. De hecho, algunos autores, como Levick, afirman que los tipos serían elegidos por los propios empleados de la ceca imperial, cuya intención al elegir unos tipos frente a otros no sería sino la de halagar al gobernante, y no la de crear mensajes propagandísticos coherentes con el programa ideológico del *princeps* para su difusión (Levick 1982, 107-109). Según este punto de vista, serían los libertos *a rationibus* del emperador los que, al menos en época Flavia (Voelkel 1953, 243-247; Levick 1982, 108; Klodzinski 2015, 95-128), elegirían los tipos que se iban a acuñar en las cecas imperiales, tal y como supuestamente se desprendería de una de las *Siluae* de Estacio⁸, en

⁵ Suet. *Aug.*, 94, 12. [...] *tantam mox fiduciam fati Augustus habuit, ut thema suum uulgauerit nummumque argenteum nota sideris Capricorni, quo natus est, percusserit.*

⁶ Suet. *Ner.*, 25, 2. [...] *sacras coronas in cubiculis circum lectos posuit, item statuas suas citharoedico habitu, qua nota etiam nummum percussit ac post haec tantum afruit a remittendo laxandoque studio.*

⁷ Plut. *Quaest. Rom.*, 41. [...] ἐπεὶ τοίνυν εὐκοσμίαν μὲν Ἰανὸς κατέστησεν αὐτοῖς ἐξημερώσας τὸν βίον, ἀφθονίαν δὲ παρέχει, τῶν ἀναγκαίων ὁ ποταμὸς πλοῖμος ὦν καὶ τὰ μὲν ἐκ θαλάττης τὰ δ' ἀπὸ τῆς χώρας κατακομίζων, σύμβολον ἔσχε τὸ νόμισμα τοῦ μὲν νομοθέτου τὸ δὲ μορφον ὡς εἴρηται διὰ τὴν μεταβολήν, τοῦ δὲ ποταμοῦ τὸ πορθμεῖον [...]; Cass. Dio, 47, 25, 3. Βροῦτος μὲν ταῦτά τε ἔπρασεν, καὶ ἐς τὰ νομίσματα ἃ ἐκόπτετο εἰκόνα τε αὐτοῦ καὶ πλῖον ξιφίδία τε δύο ἐνετύπου, δηλῶν ἐκ τε τούτου καὶ διὰ τῶν γραμμάτων ὅτι τὴν πατρίδα μετὰ τοῦ Κασσίου ἠλευθερωκῶς εἶη.

⁸ Stat. *Silu.*, 3, 3, 85-105. *Iamque piam lux alta domum praecelsaque toto / intrauit Fortuna gradu; iam creditur uni / sanctarum digestus opum partaeque per omnis / diuitiae populos magnique impendia mundi [...] quod domini celsis niteat laquearibus aurum, / quae diuum in uultus igni formanda liquescat / massa, quid Ausoniae scriptum crepet igne Monetae.*

la cual se menciona las tareas de Etruscus Pater, exiliado por Domiciano en el año 83 d.C. El hecho de que entre sus actividades se mencione el control de algunos de los factores clave para la acuñación de moneda, y que la amonedación de Domiciano sufra un cambio a nivel iconográfico justo en las fechas del exilio de dicho personaje, ha llevado a defender que sería este liberto *a rationibus*, activo desde época de Vespasiano, el que se habría encargado de la selección de los tipos presentes en la amonedación Flavia (Claes 2014, 168-170). Sin embargo, consideramos que, si bien los libertos *a rationibus* parecen tener un papel evidente dentro del proceso de acuñación de moneda, no se puede negar una clara influencia de la política imperial en la elección de los tipos.

La coincidencia entre la iconografía numismática y algunos de los principales hitos políticos o ideológicos de cada uno de los emperadores nos hace pensar que el gobernante tendría algo que decir sobre la elección de los tipos emitidos en la moneda. El *a rationibus* sería un personaje especialmente relevante en ese proceso de elección, indudablemente, pero el beneplácito del emperador sería un elemento ineludible a la hora de elegir una configuración iconográfica determinada frente a otra. No debemos olvidar que es el emperador quien nombra a estos altos funcionarios del Estado, estando su permanencia en el cargo vinculada, directamente, al correcto acatamiento de las directrices del gobierno. Las monedas forman parte, al igual que la arquitectura o la epigrafía, del aparato ideológico que permitía la perpetuación del *princeps* en el poder, con lo que es difícil suponer que el gobernante se desentendiese de intervenir en el proceso de selección de los tipos que difundirían su imagen entre sus súbditos.

Debemos coincidir, por lo tanto, con Jacobo Pérez (2003, 33-35) y Pilar Pavón (2003, 107-108). La iconografía numismática revistió un claro significado propagandístico, siendo parte fundamental de los aparatos ideológicos del Estado en época imperial romana. Fuese el emperador el encargado de decidir qué tipos eran utilizados en sus acuñaciones o quedase esta decisión en manos de funcionarios especializados, su coincidencia con los mecanismos de legitimación reflejados mediante otras vías de comunicación deja poco lugar a dudas. Si bien la información que podemos extraer de las monedas es, ciertamente, limitada, siendo sus leyendas e imágenes un equivalente a las actuales consignas y *slogans*, su cuidadoso análisis y comparación con otros testimonios contemporáneos nos permiten vislumbrar el significado original que dicho aparato iconográfico tuvo en el momento de su emisión y difusión. Las monedas, al igual que la arquitectura, la literatura, la epigrafía o los *prodigia* formaban parte de un complejo programa pro-

pagandístico caracterizado por la coherencia de sus mensajes y la pluralidad de sus vías de transmisión.

Si bien, como hemos visto, la iconografía numismática viene siendo interpretada, no sin cierto debate, como una de las principales vías de difusión del mensaje propagandístico imperial, otro de los medios de comunicación persuasiva utilizados exitosamente por parte del poder en época romana, y generalmente obviado por el mundo académico, fue el rumor. El rumor, una de las principales fuentes de información y entretenimiento de la *plebs* romana, en ocasiones se convierte, gracias a su manipulación propagandística, en un instrumento al servicio de los intereses del poder. Siendo una vía de comunicación perfectamente asentada, utilizada de forma cotidiana por parte de los habitantes de la *Vrbs*, el rumor se transformará en un perfecto vehículo de los mensajes emitidos por el poder. Su innata volubilidad, sin embargo, lo convertirá en un peligro constante para la continuidad del gobernante, cuyos esfuerzos para reprimir los rumores amenazantes para el mantenimiento de su poder denotan la relevancia de los mismos dentro del proceso de creación de la opinión pública en la antigua Roma. Como ya veremos, las élites dirigentes no solo deberán esforzarse por «encauzar» y exaltar los rumores en su propio beneficio, sino también en reprimir la contrapropaganda que, utilizando el mismo medio de transmisión, podría poner en peligro la continuidad en el gobierno del *princeps*.

Como ya hemos defendido en anteriores estudios (Escámez de Vera 2015a, 169-193), el rumor parece estar relacionado profundamente con la transmisión de uno de los principales medios de legitimación religiosa del emperador en época romana: el *prodigium*. El hecho de que las fuentes clásicas estuviesen mayoritariamente destinadas a las élites cultas podría indicar que la palabra escrita no fue el soporte primario de este tipo de sucesos, ya que esta habría limitado enormemente la capacidad propagandística de los *prodigia* al utilizar un medio de transmisión cuyo número de receptores sería considerablemente limitado. El hecho de que Cicerón utilice la temática religiosa preferentemente en sus discursos ante las *contiones*, reconociendo *de facto* la mayor efectividad de este tipo de registro en la mentalidad popular (Pina Polo 2002, 60-61), o de que Tácito, al igual que otras fuentes senatoriales de época imperial, señale reiteradamente hacia la credulidad de la *plebs* a la hora de interpretar sucesos fortuitos como señales enviadas por la divinidad⁹, podrían

⁹ Tac. *Hist.*, 2, 1, 1-2. [...] *uulgus fingendi auidum* [...] *inclinatis ad credendum animis loco ominus etiam fortuita* [...]; 4, 26, 2. *apud imperitos prodigii loco accipiebatur ipsa aquarum*

indicar cuál sería, en muchas ocasiones, el perfil del público objetivo de estos *prodigia*: las clases bajas.

Debemos tener en cuenta, sin embargo, que nuestras principales fuentes de información respecto a los prodigios fueron escritas por autores procedentes de las clases altas, cuyas obras estarían destinadas, igualmente, a otros miembros de la élite, consumidores prácticamente exclusivos de las obras literarias en época romana. Si bien las clases más humildes no serían completamente iletradas, tal y como ha señalado acertadamente Vanderbroeck (1987, 109-112), la transmisión oral de los *prodigia*, aparentemente reflejada en las propias fuentes clásicas a través de las cuales se han preservado hasta nuestros días, podría haber supuesto la vía natural de difusión de estos relatos de carácter mítico entre la población de la capital (Escámez de Vera 2015a, 170-171). El rumor pasaría a ser, desde esta perspectiva, algo más que el mero cotilleo lúdico y desinteresado al que es relegado comúnmente, llegando a convertirse en una vía más de cimentación de los aparatos ideológicos del Estado romano.

La aparente relación entre ambos fenómenos es lo que transforma el conocimiento aproximado del funcionamiento de dicho medio de comunicación informal en una necesidad de cara a la realización de la presente investigación. Los *omina* y los *prodigia* eran considerados, dentro de la mentalidad religiosa romana, como signos inequívocos de la voluntad divina. Más allá de suponer meras historias fantásticas, los sucesos de carácter milagroso, maravilloso o premonitorio suponían, en muchas ocasiones, uno de los principales medios por los cuales los dioses mostraban sus designios a los mortales. Su estudio aporta al investigador un rico campo de estudio no solo de los recursos literarios de los autores romanos, sino también de los aparatos de justificación política diseñados por parte de los gobernantes. De esta manera, los *prodigia* no son un mero fenómeno religioso o literario (Vigourt 2001, 7-8), sino una de las herramientas fundamentales que permitían la apropiación del poder político por parte de las élites en época romana.

Si bien esta relación entre rumor y prodigio que defendemos ha sido percibida previamente por parte de los investigadores (Vigourt 2001, 7), no se había llevado a cabo, hasta el momento, un estudio centrado en la relación entre un fenómeno comunicativo de base oral tan importante como el rumor y una de las principales vías de creación de un aparato ideológico de carácter

penuria, tamquam nos amnes quoque et uetera imperii munimenta desererent: quod in pace fors seu natura, tunc fatum et ira dei uocabatur.

religioso capaz de sustentar el poder del *princeps*, los *prodigia*. De hecho, la carencia de estudios específicos sobre la función social del rumor en época romana, más allá de alabables excepciones (Shatzman 1974, 549-578; O'Neill 2003, 135-165), denota el hecho de que esta modalidad de la comunicación verbal ha sido generalmente ignorada por parte del mundo académico. Nosotros consideramos, sin embargo, que las propias fuentes clásicas dejan entrever el papel fundamental que este medio de transmisión de la información tuvo dentro del proceso de conformación de la opinión pública en la capital del Imperio, siendo el beneplácito de la población de Roma uno de los pilares básicos del poder del gobernante. En palabras de Yavetz, *while it was impossible to rule in Rome with the help of the plebs alone, it was troublesome to rule against their wishes* (1988, 135).

La propia estructura comunicativa del rumor habría permitido, en cierto modo, sumar mayor credibilidad a los mensajes emitidos desde el poder. El hecho de recibir la información a través de personas cercanas al receptor, quizá incluso de sus más allegados, ofrecía una mayor confianza que su recepción a través de los canales oficiales de divulgación propagandística (Buckner 1965, 59-65). Esta confianza depositada en el rumor se unirá, en muchas ocasiones, a la exacerbación de los mismos durante periodos de crisis o especial agitación política o militar, motivada por la ruptura de los canales oficiales de información (Peterson y Gist 1951, 160) y, sobre todo, por el clima de miedo y tensión que reinará en la ciudad en periodos especialmente caóticos o conflictivos. La población, carente de noticias precisas que expliquen lo que está ocurriendo, recurre al rumor como medio de comunicación (Rosnow 1991, 485). En situaciones de caos, la tendencia a la creación de una explicación religiosa de eventos aparentemente sin sentido aumenta, generándose, a través de los rumores, una interpretación prodigiosa de los mismos (Rosnow 1980, 587-588). Tal y como expresa inmejorablemente Tácito, lo que en tiempos de paz suele ser atribuido al azar se convierte en señal de la cólera divina durante las guerras civiles del año 69 d.C.¹⁰ Y es que uno de los mejores ejemplos de este fenómeno será, como analizaremos en el presente estudio, el año de los Cuatro Emperadores, el cual se convirtió en un fértil campo de cultivo para la creación de rumores de carácter propagandístico que tendrán un peso especial en el ascenso de la dinastía Flavia al poder (Shatzman 1974, 556).

Es por ello por lo que, de cara al presente trabajo, es necesario perfilar, aun de forma somera, los mecanismos que permiten la difusión de mensajes

¹⁰ Tac. *Hist.*, 4, 26, 2. [...] *quod in pace fors seu natura, tunc fatum et ira dei uocabatur.*

concretos a través del rumor. Para presentar un marco teórico de referencia en el que encuadrar los testimonios de las fuentes clásicas debemos recurrir a campos como la sociología y la psicología, que se han encargado de analizar, a lo largo del siglo XX, el fenómeno del rumor en su vertiente comunicativa y social. Es evidente que los datos aportados por estas disciplinas deben ser utilizados con cautela, intentando evitar un presentismo indeseado en nuestra investigación. Desde nuestro punto de vista, consideramos que algunos de los procesos documentados por la investigación reciente pueden ser proyectados, sin embargo, en el pasado, dada la sorprendente coincidencia entre las pautas comunicativas observadas en el presente y aquellas descritas por nuestras fuentes en referencia al pasado romano. Considerar el rumor como una de las principales vías primarias de difusión del *prodigium* no es baladí, sino que permite analizar dichas historias maravillosas dentro de un contexto comunicativo determinado. El paralelismo entre los *prodigia* y el rumor no solo parte de su vinculación continua por parte de las fuentes, sino también de la coincidencia entre algunos elementos comunes a ambos fenómenos. La vinculación de estos con las clases bajas, su exacerbación en momentos de profunda crisis, como una guerra civil o el ascenso o muerte de un gobernante, y los esfuerzos invertidos por parte de la élite en su represión y control, parecen reforzar nuestra hipótesis.

El rumor, según Turner y Killian, es el modo de comunicación característico del comportamiento de masas, al ser este parte de una red de comunicaciones que se enlazan dentro de un proceso de toma de decisiones colectivo (Turner y Killian 1972, 32, 42). En este proceso comunicativo, estrechamente vinculado a la creación de la opinión pública, tiene un especial peso el símbolo, el cual es, coetáneamente, la materia prima y el producto del rumor (Vanderbroeck 1987, 12). Al estar basado este en un sistema de códigos simbólicos adaptables a cada situación específica a través de su resignificación, pero pertenecientes, al mismo tiempo, a un sistema de arquetipos recurrentes fácilmente asumibles por el receptor, se refuerza la comprensión y credibilidad del rumor durante su transmisión (Rosnow 1980, 578-579). Nos encontramos de nuevo con una vinculación entre el rumor y el *prodigium*: los nuevos *prodigia* se basan, en muchas ocasiones, en la reformulación de antiguos *prodigia* perfectamente reconocibles tanto para su emisor como para su receptor, llegando estos a conformar un verdadero «alfabeto simbólico» compuesto por ideogramas que representan una relación de causalidad específica entre el destino del receptor del vaticinio y el tipo de suceso maravilloso que ha anunciado el mismo (Vigourt 2001, 97). Desde nuestro punto de vista, es esta sensación de

que *ce n'est pas la première fois*, esgrimida por Vigourt, la que permitiría la correcta reproducción y transmisión de un *prodigium* determinado a través del rumor. El parecido entre diferentes *prodigia*, al igual que la semejanza entre diferentes rumores, permitiría su conversión en un símbolo reconocible que garantizaría su correcta difusión a lo largo de una larga cadena de receptores y transmisores orales sin perder, excesivamente, su sentido original.

Esta consideración del rumor como un elemento fundamental dentro de la conformación de la opinión pública no será un fenómeno meramente contemporáneo. Aparentemente las fuentes clásicas ya percibieron en su día la importancia que esta forma de comunicación oral tenía a la hora de conformar la voluntad de las masas. Tácito es, sin lugar a dudas, uno de los mejores ejemplos. El historiador romano no duda en incluir en sus obras infinidad de rumores, a los cuales achaca el comportamiento de los personajes inmersos en su relato. El rumor se convierte, en la obra de Tácito, en un elemento que determina el devenir histórico y político de la *Vrbs*, con lo que se transforma en una herramienta útil no solo para recrear los hechos narrados, sino también el contexto social en el cual surgieron dichos eventos y que dio a luz a los rumores recogidos por el historiador¹¹. Tácito intenta recoger, a través de los rumores recopilados, la opinión pública de un momento determinado (Shatzman 1974, 553-555), la *fama* en términos del autor latino¹². De esta manera, podemos afirmar que los rumores, y, debemos añadir, los *prodigia*, presentes en la obra taciteana no pueden considerarse meras historias pintorescas, sino verdaderas herramientas para ofrecer un contexto sociológico del periodo tratado y, en ocasiones, para reforzar una opinión sesgada que Tácito pretende imponer al lector (Shatzman 1974, 550-551).

Hemos mencionado que las características simbólicas comunes al rumor y a los *prodigia* habrían permitido la correcta transmisión del mensaje propagandístico deseado sin excesivas interferencias. A pesar de ello, debemos tener en cuenta los sesgos de la mente humana que entran en juego en el momento de la creación y transmisión de un rumor determinado. Los estudios clásicos sobre el rumor habían hecho ya hincapié en el efecto pernicioso de las limitaciones de la memoria humana en el contenido de los rumores. Cada

¹¹ Tac. *Hist.*, 1, 4, 1. [...] *ut non modo casus euentusque rerum, qui plerumque fortuiti sunt, sed ratio etiam causaeque noscantur* [...].

¹² Tac. *Ann.*, 14, 2, 4. [...] *et fama huc inclinat* [...]; *Hist.*, 1, 41, 6. [...] *crebrior fama tradidit Camurium quintae decimae legionis militem impresso gladio iugulum eius hausisse*; Ger., 34, 2 [...] *et superesse adhuc Herculis columnas fama uulgauit* [...]; 45, 1. [...] *illuc usque et fama uera tantum natura*.

vez que un rumor es formulado a un nuevo receptor, la mente del emisor, que no funciona de manera lineal, reinterpreta el mensaje basándose en su propia subjetividad, generando un proceso de *leveling*, por el cual los elementos considerados menos interesantes son eliminados, y *sharpening*, que produce un especial énfasis en aquellos factores considerados más importantes o relevantes (Allport y Postman 1947, 75-98). Si unimos este sesgo cognitivo a la pérdida de información derivada del olvido del emisor de parte del mensaje (Rosnow y Fine 1976; 35-37; Turner y Killian 1972, 42), que según algunos autores llegaría al 40% del contenido del rumor tras una cadena de 4 emisores-receptores (Rosnow y Fine 1976, 36), nos encontraríamos con un problema a tener en cuenta, ya que limitaría la validez del rumor como instrumento de propaganda.

Sin embargo, nuevas investigaciones han demostrado que dichas limitaciones de la memoria humana no tendrían un impacto tan acusado en condiciones naturales, siendo esta significativa pérdida de información una consecuencia directa de la forma en la que investigadores como Allport y Postman llevaron a cabo sus experimentos en torno al rumor. De este modo, la pérdida de información derivaba de la transmisión de un rumor a lo largo de una cadena unilineal de transmisión, en la cual un emisor transmitía un rumor a un receptor que, a su vez, se convertía en un nuevo emisor. Sin embargo, tal y como ha analizado Buckner, rara vez la diseminación de rumores en el mundo real se limita a una cadena unívoca entre el emisor inicial y el último de sus receptores, siendo lo natural una transmisión en red, a través de la cual un receptor puede recibir el mismo mensaje a través de varios emisores de manera simultánea (Buckner 1965, 59-65). Transmitir el mensaje a un amplio grupo de emisores secundarios permitiría, de este modo, conservar mejor el mensaje inicial, al poder el receptor comparar y falsar los diversos testimonios recibidos a través de otros emisores. De hecho, el valor simbólico y reiterativo del rumor permite que el *sharpening* beneficie en realidad aquellos elementos que son familiares para el receptor por su parecido con el contenido de rumores previos (Rosnow 1980, 581). El contenido de los *prodigia*, que comparten esta característica con el que consideramos su medio de difusión inicial, el rumor, se podría haber conservado de este modo a través de una red de emisores.

La clave para homogeneizar un rumor se basa, por lo tanto, en la creación de una red de difusores primarios lo más amplia posible, que permita que los receptores reciban un mensaje lo más similar posible a través de diferentes fuentes al mismo tiempo. De este manera, se pueden superar las limitaciones de un sistema de comunicación difícilmente controlable una vez emitido el

contenido inicial y conservar, de un modo lo más íntegro posible, el contenido original del mensaje propagandístico. La manera de conseguir que triunfara la «versión oficial de los hechos» en el mundo romano pasaría, sin lugar a dudas, a través de las redes clientelares (Vanderbroeck 1987, 82). A través de este sistema de relaciones interpersonales basadas en la desigualdad de estatus entre el patrón y sus clientes, el patrón podía imponer a sus subordinados una opinión política o una información determinada (Vanderbroeck 1987, 104-105; Laurence 1994, 67, 71-72). Igualmente, el patrón recibía información de sus clientes, que estaban obligados por su relación de dependencia a aportar al patrón cualquier dato considerado útil para los intereses del mismo (Wolf 1966, 17). La pertenencia de los clientes a diferentes estratos y esferas de la sociedad romana permitía que los mensajes emitidos por el patrón alcanzaran diferentes capas del espectro social, y más teniendo en cuenta la movilidad cotidiana que caracterizaba la vida del cliente romano (Ste. Croix 1954, 33-48). Podemos deducir, en definitiva, que a mayor clientela, es decir, mayores receptores primarios que a su vez se transformarían en emisores (Buckner 1965, 59-65), mayores posibilidades de transmitir y recibir información tenía un patrón determinado (Laurence 1994, 71-72), pudiendo influir notablemente en la opinión de sus subordinados y, a través de ellos, en la opinión pública de la capital.

La utilización de la clientela para diseminar rumores de carácter político ha sido perfectamente documentada en el periodo tardorrepblicano, pudiendo algunos de los elementos de dicho periodo ser extrapolados al periodo altoimperial. Sabemos que los patrones propagaban, gracias a su clientela, rumores determinados destinados a la denigración del adversario político o a la exaltación de sus partidarios. Las élites políticas romanas podían, de este modo, introducir en uno de los principales canales informativos de la *Vrbs* mensajes con un claro contenido político. La importancia del rumor como vía de transmisión del conocimiento político de la *plebs* romana ha sido ya señalada con anterioridad por la investigación, al igual que la relevancia que revestía, en dicha modalidad de comunicación, la confianza previa existente entre el emisor y el receptor (Laurence 1994, 63). Uno de los mejores ejemplos preservados es la campaña llevada a cabo por Cicerón en el 64 d.C. en contra de Catilina, cuando los bulos en torno a la figura de este último diseminados por la clientela del Arpinate conseguirían desprestigiarle y otorgar la victoria electoral a

Cicerón. Las fuentes¹³ señalan, incluso, que este último, debido a su condición de *homo nouus*, solo habría alcanzado la victoria gracias a estos rumores (Laurence 1994, 66, 73, n. 32).

De hecho, en su *Commentariolum Petitionis*, Cicerón nos da algunas de las claves para comprender el papel que la clientela podía jugar dentro de una campaña electoral en los últimos años de la República. Uno de los elementos que destaca es la consecución de una amplia clientela con representantes de todo el espectro social de la ciudad¹⁴, incluidos los propios esclavos domésticos, origen en muchas ocasiones de los rumores en torno a sus señores¹⁵. Los seguidores más importantes serían aquellos relacionados con los *collegia* y los *uici*¹⁶, al convertirse su influencia en dichas comunidades en una garantía de la diseminación masiva de la imagen positiva que el político deseaba proyectar (Laurence 1994, 66-67). Los *uici* se convertirán en uno de los principales nodos informativos de la *Vrbs*, siendo una de las principales vías de difusión del mensaje político entre la población de la capital (Vanderbroeck 1987, 104; Laurence 1991, 145-151; Ídem 1994, 67-71). Los clientes pertenecientes a dichas asociaciones se convierten, de este modo, en lo que Vanderbroeck denomina acertadamente *intermediate leaders*, agentes de las élites capaces de movilizar a parte de la plebe siguiendo instrucciones políticas concretas

¹³ Sall. *Cat.*, 23, 4-6. *at Fulvia insolentia<e> Curi causa cognita tale periculum rei publicae haud occultum habuit, sed sublato auctore de Catilinae coniuratione quae quoque modo audierat compluribus narrauit. Ea res in primis studia hominum accendit ad consulatum mandandum M. Tullio Ciceroni. namque antea pleraque nobilitas inuidia aestuabat, et quasi pollui consulatum credebant, si eum quamuis egregius homo nouos adeptus foret.*; Plut. *Vit. Cic.*, 10 -11 *ἐπὶ δὲ τὴν ὑπατείαν οὐχ ἦττον ὑπὸ τῶν ἀριστοκρατικῶν ἢ τῶν πολλῶν προήχθη διὰ τὴν πόλιν ἐξ αἰτίας αὐτῷ τοιαύτης συναγωνισαμένων [...]* καίτοι τῶν μειόντων ὁ Κικέρων μόνος ἦν ἐξ ἱππικοῦ πατρός, οὐ βουλευτοῦ, γεγονώς.

¹⁴ Cic. *Comm. Pet.*, 34. *Et, quoniam adsectationis mentio facta est, id quoque curandum est ut cottidiana cuiusque generis et ordinis et aetatis utare; nam ex ea ipsa copia coniectura fieri poterit quantum sis in ipso campo uirium ac facultatis habiturus [...].*

¹⁵ Cic. *Comm. Pet.*, 17. *deinde ut quisque est intimus ac maxime domesticus, ut is amet et quam amplissimum esse te cupiat ualde elaborandum est, tum ut tribules, ut uicini, ut clientes, ut denique liberti, postremo etiam serui tui; nam fere omnis sermo ad forensem famam a domesticis emanat auctoribus*

¹⁶ Cic. *Comm. Pet.*, 19. *quod si satis grati homines essent, haec tibi omnia parata esse debebant, sic uti parata esse confido. nam hoc biennio quattuor sodalitates hominum ad ambitionem gratiosissimorum tibi obligasti, C. Fundani, Q. Galli, C. Corneli, C. Orciui. [...]; 30. *deinde habeto rationem urbis totius, collegiorum omnium, pagorum, uicinitatum. ex his principes ad amicitiam tuam si adiunxeris, per eos reliquam multitudinem facile tenebis [...]; 32. [...]* ita cum et hos ipsos, propter suam ambitionem qui apud tribulis suos plurimum gratia possunt, studiosos in centuriis habebis et ceteros qui apud aliquam partem tribulium propter municipi aut uicinitatis aut conlegi rationem ualent cupidos tui constitueris, in optima spe esse debebis.*

(Vanderbroeck 1987, 52-66, 112-114; López Roman 2009, 123). Y es que lo importante es que se hable, y se hable bien, sobre uno, siendo el rumor una de las principales vías para la difusión de la buena imagen del candidato y conseguir así una opinión pública favorable¹⁷.

Hablando de la importancia de los *uici*, los *collegia* y las clientelas dentro de la difusión de los rumores de contenido político en Roma es interesante, sin duda, tener en cuenta los cambios que, en dichas esferas, traerá el advenimiento del Principado. Los *collegia* de los *uici*, considerados con razón un foco de inestabilidad, serán eliminados en varias ocasiones a lo largo del siglo I a.C., siendo la última medida al respecto tomada por Julio Cesar (Treggiari 1969, 168; Vanderbroeck 1987, 112-114; 154). Es curioso que esta eliminación sea mantenida, precisamente, hasta el advenimiento de Augusto, el cual realiza una profunda reforma de los *uici* y sus *collegia* al restablecer los cultos compitales en el 7 a.C. y dividir la *Vrbs* en 14 regiones, las cuales estaban compuestas, a su vez, por 265 *uici* (Gradel 2002, 116). Estas demarcaciones no solo refuerzan su oficialidad con dicha medida, sino que Augusto modificará los cultos religiosos llevados a cabo en las mismas. Los *lares Compitales* pasarán a ser *lares Augusti*, e irán acompañados, en los altares de los *collegia*, por el *genius Augusti* (Syme 1939, 469), del mismo modo que el 1 de agosto, día de la toma de Alejandría en el 30 a.C., se convertirá en la principal festividad de los *compita*.

Los *magistri uici* quedan vinculados, de este modo, a la administración imperial, teniendo derecho a prerrogativas como portar la *praetexta* o ser escoltados por un *lictor* y responsabilidades en relación al censo, al reparto de grano y a la prevención de incendios. Estos cargos eran elegidos entre los habitantes libertos o libres del *uicus* y eran asistidos por cuatro *ministri*, generalmente esclavos (Nicolet 1988, 209; Rowe 1997, 95). El culto era financiado personalmente por los *magistri*, pero no se puede descartar una colaboración económica por parte del emperador. En este sentido señala el hecho de que, por ejemplo, Tiberio deje parte de su herencia a los *magistri* de los *uici*¹⁸ o la propia homogeneidad de los altares dedicados a los *lares Augusti*, que podría implicar una imposición estatal (Gradel 2002, 127). En todo caso, a finales del siglo I d.C., concretamente en época de Domiciano, se documenta

¹⁷ Cic. *Comm. Pet.*, 41. *quoniam de amicitiiis constituendis satis dictum est, dicendum est de illa altera parte petitionis quae in populari ratione uersatur. ea desiderat nomenclationem, blanditiam, adsiduitatem, benignitatem, rumorem, spem in re publica.*

¹⁸ Suet. *Tib.*, 76. [...] *dedit et legata plerisque, inter quos uirginibus Vestalibus, sed et militibus uniuersis plebeique Romanae uiritim atque etiam separatim uicorum magistris.*

epigráficamente la financiación estatal de la restauración de los *compita*, con lo que el *princeps*, al menos a finales de la dinastía Flavia, estaba detrás de las labores de remodelación de los mismos¹⁹.

De este modo, la reforma de los *compitalia*, investigada tradicionalmente desde un punto de vista religioso o administrativo, tendría un importante contenido ideológico, siendo una vía de acaparamiento imperial de los principales medios de transmisión de los mensajes políticos utilizados, junto con las redes clientelares, en el periodo tardorrepublicano (Lott 2004, 28-60, 81-127; Escámez de Vera 2015a, 178). Esta interpretación, que implica un control hegemónico por parte del gobernante de uno de los centros de sociabilidad más relevantes para la *plebs* romana, se refuerza si tenemos en cuenta que, en los últimos años, se ha venido defendiendo un estrecho vínculo entre las relaciones clientelares y el culto al *genius* del emperador (Gradel 2002, 38-44, 99-100). El hecho de que la apropiación de los *compitalia*, por parte de Augusto, se lleve a cabo de manera paralela al crecimiento progresivo de la clientela imperial en detrimento de las clientelas senatoriales típicas del periodo republicano, llegando a convertirse la red clientelar del *princeps* en hegemónica a través de la progresiva eliminación de sus equivalentes personalistas (Yavetz 1988, 90), es significativa. La amenaza que podría suponer, para el programa ideológico hegemónico emanado de los aparatos imperiales de justificación, la existencia de clientelas de miembros de la elite senatorial queda, de esta manera, minimizada (Escámez de Vera 2015a, 176).

El emperador disponía de la amplia red de transmisores necesaria para la difusión de un rumor determinado entre la población de la capital evitando una excesiva distorsión del mensaje original. La gran cantidad de clientes vinculados a la casa imperial, y el control de los *collegia* de los *uici*, permitiría un alto número de transmisores primarios, lo cual garantizaría, en cierto modo, la integridad de las consignas emitidas desde el poder y, con ello, un control, limitado, de la opinión pública de la ciudad.

Hemos analizado, de esta manera, cuáles serían las vías por las que, aparentemente, los rumores, y por lo tanto los *omina* y *prodigia*, eran introducidos en el flujo informativo de la ciudad. Es interesante, sin embargo, analizar en qué espacios de sociabilidad de la *plebs* romana se diseminaron este tipo

¹⁹ CIL VI, 449. *Laribus Aug(usti) et Genis Caesarum, [Imp(eratore) Caes(are) Domitiano Aug(usto) co(n)s(ule) VIII] / desig(nato) X p(atre) p(atriciae), permissu A(uli) Anni Camartis t[ri]b(uni) pleb(is), aediculam reg(ionis) I uici Honoris] / et [[b]] Virtutis magistri anni LXXXXII a s[olo] impensa sua restituerunt] / C(aius) Iulius C(ai) I(ibertus) Zosimus, M(anus) Birrius M(ani) I(ibertus) Hierus, M(anus) B[irrius] M(ani) I(ibertus) ---].*

de mensajes. Uno de los principales medios de difusión de rumores dentro de la sociedad romana de época imperial serán los *circuli*, reuniones de carácter informal compuestas de corrillos de miembros de la *plebs* urbana. Estos grupos, de carácter eminentemente lúdico, variarían sus conversaciones desde los temas más intrascendentes hasta asuntos referentes a la alta política, suponiendo una amenaza directa para las elites de la ciudad. Livio no duda en señalar a estos *circuli* de ociosos como el origen de los *plebis rumores*²⁰, es decir, de los rumores que sacudían, de tanto en tanto, la opinión pública de los habitantes de la *Vrbs*.

Una descripción aproximada de cómo serían estos *circuli*, y una referencia a uno de los lugares públicos dónde estos se llevarían a cabo, nos es ofrecida por Petronio en su Satiricón, cuando tras el banquete de Trimalción los invitados comienzan a formar *circuli* en las termas para intercambiar historias y bromas²¹. Otro de los lugares vinculados por las fuentes con espacios de sociabilidad e intercambio de información de la *plebs* serán los *fora* y el *agger* de Servio Tulio²². El circo se convertirá, igualmente, en uno de los principales puntos de difusión de rumores y formación de la opinión pública, siendo el tradicional escenario de la expresión de la voluntad popular en época imperial. Algunos autores vinculan la palabra *circuli* con el *circus*, lugar dónde frecuentemente se darían estos corrillos espontáneos (Cameron 1976, 157-192; Yavetz 1988, 18-24; O'Neill 2003, 144-145; Escámez de Vera 2015a, 179). La importancia de los *ludi* como expresión de la voluntad de la *plebs* urbana será tal que los emperadores no dudarán en manipular la misma en su propio beneficio. Tito, durante su desempeño de la prefectura del pretorio durante el gobierno de Vespasiano, no dudará en manipular mediante sobornos a los espectadores de dichos espectáculos, al igual que a las tropas, para hacer pasar las ejecuciones políticas por una consecuencia de la opinión pública²³. No será el único intento de los Flavios de controlar o reprimir los espacios de sociabilidad de la *plebs*. Siguiendo el ejemplo de Tiberio, que ya limitó bajo

²⁰ Liv. 26, 26, 10. *otium, ut solet, excitavit plebis rumores* [...].

²¹ Petron. Sat., 27. *Nos interim uestiti errare coepimus immo iocari magis et circulis ludentem accedere* [...].

²² Hor. Sat., 1, 8, 14-16. *nunc licet Esquiliis habitare salubribus atque / aggere in aprico spatium, quo modo tristes / albis informem spectabant ossibus agrum*; Quint. Inst., 12, 10, 74. *neque aliunde illi per fora atque aggerem circuli; quo minus mirum est, quod nulli non agentium parata uulgi corona est*; Juv. 6, 588. *plebeium in circo positum est et in aggere fatum*.

²³ Suet. Tit., 6, 1. [...] *egitque aliquanto incivillius et uiolentius, siquidem suspectissimum quemque sibi summissis qui per theatra et castra quasi consensu ad poenam deposcerent, haud cunctanter oppressit*.

su gobierno las actividades de los puestos de comida²⁴, Vespasiano obligará a los *thermopolia* y *cauponae* a vender exclusivamente legumbres²⁵, lo cual ha sido interpretado, tradicionalmente, como una medida destinada a evitar la formación de corrillos en estos locales y la amenaza que los mismos podían suponer para el mantenimiento de su poder (Griffin 1991, 40; Robinson 1992, 136; Levick 1999, 130)

Otro de los espacios en los que los rumores y los *circuli* tenían una especial presencia era en los *castra*. Como ya hemos visto, los sobornos llevados a cabo por Tito para legitimar las ejecuciones sumarias de opositores al régimen Flavio no solo se limitaron a los espectadores de los *ludi*, sino también a las tropas acuarteladas. Los corrillos en la esfera militar eran relacionados por las fuentes, tradicionalmente, con la traición y el amotinamiento. No es de extrañar que Livio, al hacer referencia a los amotinados de Cartago Nova del año 206 a.C., muestre a los oficiales romanos intentando apaciguar a los *circuli* formados por las tropas, reflejando, más que probablemente, una realidad contemporánea a la redacción de su obra histórica²⁶. Del mismo modo, el apoyo de las tropas orientales a Vespasiano parte, en un principio, de los rumores respecto a un hipotético traslado de las tropas de Oriente al Rin por órdenes de Vitelio (Wellesly, 2000, 123; Morgan 2006, 185), el cual querría recompensar con este traslado a las legiones que le habían alzado a la púrpura²⁷. Estos *circuli* militares son relacionados unánimemente por las fuentes con la soldadesca y los centuriones, no con la oficialidad, y con intentos de subversión del escalafón o, incluso, de imponer un nuevo emperador (O'Neill 2003, 142).

²⁴ Suet. *Tib.*, 34, 1. [...] *dato aedilibus negotio popinas ganeasque usque eo inhibendi, ut ne opera quidem pistoria proponi uenalia sinerent* [...].

²⁵ Cass. Dio, 65, 66, 10, 3. [...] *καὶ διὰ τοῦτο οὐδὲ ἐν τοῖς καπηλείοις ἐφθόν τι πλὴν ὀσπρίων πιπράσκεσθαι ἐπέτρεπε* [...].

²⁶ Liv. 28, 25, 5. *circumeuntes enim tentoria primo, deinde in principiis praetorioque, ubi sermones inter se serentium circulos uidissent, adloquebantur percunctantes magis quae causa irae consternationisque subitae foret quam factum accusantes*.

²⁷ Tac. *Hist.*, 2, 80, 3. *nihil aequae provinciam exercitumque accendit quam quod adseuerabat Mucianus statuisse Vitellium ut Germanicas legiones in Syriam ad militiam opulentam quietamque transferret, contra Syriacis legionibus Germanica hiberna caelo ac laboribus dura mutarentur; quippe et provinciales sueto militum contubernio gaudebant, plerique necessitudinibus et propinquitatibus mixti, et militibus uetustate stipendiorum nota et familiaria castra in modum penatium diligebantur*; Suet. *Vesp.*, 6, 4. [...] *simul rumor dissipatus destinasse uictorem Vitellium permutare hiberna legionum et Germanicas transferre in Orientem ad securiorem mollioremque militiam* [...].

No es de extrañar, por lo tanto, que se cree todo un discurso clasista de alteridad ante este espacio eminentemente popular de sociabilidad. La forma de expresarse de los *circulatores* será comparada por Marcial con aquella de sus enemigos literarios, denotando la baja consideración en la que las élites tenían las formas de expresión utilizadas por la plebe²⁸. Encolpio comparará la cena de Trimalción con los espectáculos propios de los artistas callejeros que solían ejercer su trabajo en los *circuli* urbanos, denotando la baja estofa del evento²⁹. Amiano Marcelino no dudará en despreciar los *circuli* afirmando que en ellos la plebe no hacía sino comentar los *ludi*³⁰. Incluso la elección de verbos como *fremere*³¹, relacionados con los sonidos proferidos por las bestias, o de expresiones como *impudentia* y *furor*³², relacionadas con la irracionalidad emocional, son utilizadas para contrastar la barbarie de la *plebs* frente a la civilización de las élites encargadas de redactar nuestras fuentes (O'Neill 2003, 161).

Esta representación de los espacios de sociabilidad de la plebe destaca con la positiva consideración de los *conuiuia*, escenario predilecto de la transmisión de rumores entre las élites y, por ello, más peligrosos que los *circuli*. Los *conuiuia* no se diferenciarían tanto de los *circuli* como las fuentes nos hacen creer, siendo el intercambio de rumores uno de los entretenimientos propios de dichas reuniones (O'Neill 2003, 148-149). De hecho, las fuentes documentan varias ocasiones en que los *conuiuia* se convierten en escenario de conspiraciones y oposición abierta al emperador, como es el caso de las declaraciones antineronianas de Antistio Sosiano³³. La denigración de los *cir-*

²⁸ Mart. Ep., 2, 86, 11-12. *Scribat carmina circulis Palaemon, / Me raris iuuat auribus placere.*

²⁹ Petron. Sat., 47, 8-9. [...] *Nam cum mundatis ad symphoniam mensis tres albi sues in triclinium adducti sunt capistris et tintinnabulis culti, quorum unum bimum nomenclator esse dicebat, alterum trimum, tertium uero iam sexennem, ego putabam petauristarios intrasse et porcos, sicut in circulis mos est, portenta aliqua facturos [...].*

³⁰ Amm. Marc. 28, 4, 29. [...] *eisque templum et habitaculum et contio et cupitorum spes omnis Circus est maximus: et uidere licet per fora et compita et plateas et conuenticula, circulos multos collectos in se controuersis iurgiis ferri, aliis aliud (ut fit) defendentibus.*

³¹ Liv. 7, 12, 14. [...] *nec in circulis modo fremere sed iam in principiis ac praetorio in unum sermones confundi atque in contionis magnitudinem crescere turba et uociferari ex omnibus locis ut extemplo ad dictatorem iretur [...]; 34, 37, 1. haec inter se primo in circulis serentes fremere [...].*

³² Plin. Ep., 4, 7, 4. *Exemplo est Regulus. Imbecillum latus, os confusum, haesitans lingua, tardissima inuentio, memoria nulla, nihil denique praeter ingenium insanum, et tamen eo impudentia ipsoque illo furore peruenit, ut orator habeatur.*

³³ Tac. Ann., 14, 48, 1. *P. Mario L. Afinio consulibus Antistius praetor, quem in tribunatu plebis licenter egisse memorauit, probrosa aduersus principem carmina factitauit uulgauitque celebri conuiuio dum apud Ostorium Scapulam epulatur. [...].*

culi por parte de las fuentes derivaría, por lo tanto, de un acto de reafirmación de las élites frente a las clases menos favorecidas mediante un discurso de alteridad, en el cual los *conuiuia*, a pesar de la evidencia, serían completamente diferentes, e innatamente superiores, a los *circuli* (Edwards 1993, 118). De este modo las élites, amenazadas por los rumores de la plebe, capaces de desestabilizar los equilibrios de poder en la *Vrbs*, denigran en sus obras a sus conciudadanos menos afortunados.

Este empeño por parte de las fuentes partiría de la importancia que seguía revistiendo la voluntad de las masas en la Roma imperial, llegando la *plebs* a ser capaz de presionar al gobierno. La *credulitas* de las clases bajas se convierte, de esta manera, en un arma de doble filo capaz de desestabilizar las estructuras de poder o incluso provocar un cambio de *princeps*. El hecho de que la propaganda imperial, a través de la iconografía, la numismática o los espectáculos públicos, al igual que, desde nuestro punto de vista, los rumores de carácter prodigioso, esté destinada aparentemente a dirigir la voluntad de la *plebs* en beneficio de las élites en el poder, confirma la importancia para el emperador de mantener una buena imagen pública (Yavetz 1988, 131-134; Escámez de Vera 2015a, 181-182). Un ejemplo de cómo un *prodigium*, transmitido a través del rumor, es percibido como una clara amenaza por parte del *princeps* es la difusión de la interpretación de un cometa en época de Nerón como una señal de un cambio de gobierno. El hecho de que la plebe señale a Rebelio Plauto como el futuro emperador vaticinado por el cometa llevará a Nerón a exiliarlo a Asia³⁴.

La represión de los rumores, incluso por medios directos, nos da una idea del peligro que estos suponían para el emperador, y más en tiempos de crisis política. En el año 69 d.C., Vitelio se verá obligado a reprimir los rumores que circulaban en Roma respecto al levantamiento de Vespasiano en Oriente, consiguiendo solo exacerbarlos³⁵. Del mismo modo ocurrirá tras la derrota de los vitelianos en la segunda batalla de Bedriaco, cuando los rumores en torno

³⁴ Tac. *Ann.*, 14, 22, 1-3. *Inter quae sidus cometes effulsit; de quo uulgi opinio est tamquam mutationem regis portendat. igitur quasi iam depulso Nerone, quisnam deligeretur anquirebant; et omnium ore Rubellius Plautus celebratur, cui nobilitas per matrem ex Iulia familia. ipse placita maiorum colebat, habitu seuero, casta et secreta domo, quantoque metu occultior, tanto plus famae adeptus. auxit rumorem pari uanitate orta interpretatio fulguris [...] ergo permotus his Nero composit ad Plautum litteras, consuleret quieti urbis seque prauga diffamantibus subtraheret: esse illi per Asiam auitos agros in quibus tuta et inturbida iuuenta frueretur. ita illuc cum coniuge Antistia et paucis familiarium concessit [...].*

³⁵ Tac. *Hist.*, 2, 96. [...] *praetorianos nuper exauctoratos insectatus, a quibus falsos rumores dispergi, nec ullum ciuilis belli metum adseuerabat, suppresso Vespasiani nomine et uagis per urbem militibus qui sermones populi coacerent. id praecipuum alimentum famae erat.*

a la derrota superarán la realidad del desastre debido a la censura impuesta al respecto en la capital por el *princeps*³⁶. Es interesante observar la coincidencia entre los efectos de la represión sobre la difusión de los rumores descritos por Tácito para el año 69 d.C. y aquellos observados por los investigadores en el siglo XX. En ambos casos los intentos de acallar un rumor determinado tienen normalmente como resultado una mayor difusión y exageración del mismo (Rosnow 1980, 585). El poder de los rumores es tal que las fuentes no dudan en afirmar que fueron estos, y no las armas, los que derrocaron finalmente a Nerón³⁷, con lo que su uso por parte de los usurpadores, como ya veremos a lo largo del presente estudio, será una constante en el siglo I d.C. Cabría preguntarnos si el contenido de los rumores a los que hace referencia Tácito al relatar la caída de Nerón no serían los *omina mortis* que acompañaron a su suicidio, destinados claramente a minar las bases ideológicas del poder de la dinastía Julio-Claudia atacando sus principales símbolos (Cotta Ramosino 1999, 217-236).

No podemos afirmar, como hace parte de la investigación, que los corrillos de ociosos de las calles de Roma fuesen realmente percibidos como reuniones inofensivas de miembros de las clases bajas, derivadas del clima apacible y el «carácter mediterráneo» de la cultura romana, perpetuando, en una interpretación reductivista, el discurso de alteridad presente en las fuentes clásicas (Griffin 1991, 39-41). Como ya hemos señalado en anteriores estudios (Escámez de Vera 2015a, 183), los mismos autores que afirman que la plebe tendría una nula influencia en el devenir histórico de la *Vrbs* se detienen a describir el amplio aparato represivo desarrollado por el poder para controlarla, cayendo en una clara contradicción (Griffin 1991, 40). No solo la represión, sino también gran parte de la propaganda imperial, incluidos los *prodigia*, estaría destinada a los sectores menos favorecidos de la población de Roma (Yavetz 1988, 131-134), con lo que el esfuerzo invertido por el poder en el mantenimiento de una correcta imagen pública del gobernante y en el desarrollo de medios para controlar a la población en caso de revuelta nos indica, claramente, que la *plebs* y su opinión seguía teniendo una importancia considerable dentro de la perpetuación de los emperadores en el trono.

³⁶ Tac. Hist., 3, 54, 1. *At Vitellius fractis apud Cremonam rebus nuntios cladis occultans stulta dissimulatione remedia potius malorum quam mala differebat. quippe confitenti consultantique supererant spes uiresque: cum e contrario laeta omnia fingeret, falsis ingrauescebat. mirum apud ipsum de bello silentium; prohibiti per ciuitatem sermones, eoque plures ac, si liceret, uere narraturi, quia uetabantur, atrociora uulgauerant.*

³⁷ Tac. Hist., 1, 89, 2. [...] *Nero nuntiis magis et rumoribus quam armis depulsus [...].*

Debemos afirmar, por lo tanto, que el rumor, vinculado estrechamente a las vías de comunicación cotidiana de la plebe urbana³⁸, habría sido uno de los principales vehículos de difusión de los *portenta*, siendo la vinculación de ambos fenómenos (Vigourt 2001, 436) por parte las fuentes³⁹ un reflejo de la vía de difusión primaria utilizada para transmitir este tipo de mensajes propagandísticos generados desde el poder. Los *prodigia*, y los rumores que les sirvieron originalmente de vehículo, se convierten de este modo en un arma ideológica de primer orden, capaz de legitimar o denigrar al gobernante romano. La lucha entre la propaganda oficial y la contrapropaganda emitida por la oposición política será una constante a lo largo del periodo altoimperial, convirtiéndose la apropiación monopolística de los *omina* y de sus medios de transmisión en uno de los cometidos propagandísticos más importantes a la hora de justificar o denigrar el poder político. En dicho sentido debería interpretarse el reforzamiento de la clientela imperial en detrimento de sus equivalentes senatoriales, al igual que la vinculación entre el emperador y los *collegia* de los *uici* romanos, siendo ambos elementos la base necesaria para la creación de una red de emisores y receptores de los rumores portadores de la «versión oficial» impuesta desde el poder. El periodo estudiado en el presente trabajo, que abarca desde la caída de Nerón hasta el periodo de Trajano, no podría ser comprendido completamente sin tener en cuenta la influencia que tuvo el desarrollo e implementación de un complejo sistema ideológico de legitimación política, capaz de mantener al emperador en el poder y contrarrestar las críticas desatadas en su contra, en el devenir de los acontecimientos.

³⁸ Tac. *Hist.*, 1, 4, 3. [...] *plebs sordida et circo ac theatri sueta, simul deterrimi seruorum, aut qui adesis bonis per dedecus Neronis alebantur, maesti et rumorum auidi.*

³⁹ Suet. *Ves.*, 5, 7. *nuntiabantur et ex urbe praesagia [...].*