

EL PROCESO ELECTORAL EN ROMA: LA PUBLICIDAD POLÍTICA EN LA ÉPOCA TARDORREPUBLICANA*

MARÍA JOSÉ BRAVO BOSCH**

Resumen: En la antigua Roma se hacía propaganda electoral por parte de los candidatos a un determinado cargo. La importancia era el contacto personal, el transmitir a los posibles electores la capacidad del *candidatus* para llevar a cabo los proyectos necesarios para engrandecer la ciudad y cumplir las expectativas de los ciudadanos. En este estudio ponemos de relieve los diferentes métodos de propaganda que se utilizaban en la Roma de finales de la República y en Pompeya, sin entrar a analizar la legislación que condenaba la corrupción electoral.

Palabras clave: *Candidatus, cursus honorum, ius sufragii, Commentariolum Petitionis, programmata.*

Abstract: In ancient Rome candidates for a particular charge produced an election campaign. The importance was the personal contact, to convey to potential voters *candidatus* capacity to carry out the projects needed to enlarge the city and meet the expectations of citizens. In this study we emphasize the different methods of propaganda used in Rome at the end of the Republic and in Pompeii, without examining the legislation condemning electoral corruption.

Keywords: *Candidatus, cursus honorum, ius sufragii, Commentariolum Petitionis, programmata.*

SUMARIO: I. INTRODUCCIÓN; II. REQUISITOS PARA SER CANDIDATO; III. PROPAGANDA ELECTORAL; IV. *COMMENTARIOLUM PETITIONIS*: EL MANUAL DEL CANDIDATO; V. CONCLUSIÓN.

I. INTRODUCCIÓN

En el siglo XXI la realidad política domina la vida cotidiana, por lo que se hace necesario el dominio de las técnicas de publicidad más convincentes para poder llegar al electorado. Bien es cierto que la falta de veracidad de los mensajes lanzados en las campañas políticas evidencian la necesidad de un cambio de estrategia a medio plazo, pero no

* Fecha de recepción: 5 de mayo de 2011.

Fecha de aceptación: 13 de septiembre de 2011.

** Profesora Titular de Derecho Romano. Universidad de Vigo.

es menos cierto que parece que funciona el sistema de promesas a la ciudadanía a la hora de conseguir el apoyo en unas elecciones, sean del tipo que sean, si se quiere obtener el respaldo electoral.

El proceso¹ al que se someten los distintos candidatos a ocupar un cargo político, de la entidad que sea, implica un ejercicio de comunicación entre los aspirantes y la audiencia de votantes a la que dirigen sus esfuerzos. Pudiera parecer que la conjunción de los distintos medios dirigidos a obtener el favor de los votantes es una realidad originada en la sociedad actual, ya que según los expertos en marketing, el comienzo de la comunicación persuasiva² de las campañas electorales debemos situarlo en las elecciones presidenciales americanas de 1952, cuando el partido republicano contrató los servicios de una agencia de publicidad, la BBDO³, para vender la imagen de Eisenhower, falto de carisma y supuestamente incompetente para ser presidenciable⁴. Sin embargo, como veremos a continuación, las campañas electorales ya existían en la antigua Roma, florecieron en la *Urbs*, y también degeneraron en la misma ciudad y en todos los confines del imperio⁵, al utilizar frecuentemente formas de persuasión y captación del voto fuera de toda legalidad. Cuestión distinta es que tales medios de persuasión colectiva⁶ hayan consolidado su presencia en las carreras electorales

¹ Aunque puedan parecer hoy en día complicados algunos procesos electorales, ninguno es comparable al ejercicio del voto en la Roma de finales de la República, como afirma FERNÁNDEZ DE BUJÁN, A., *Derecho Privado Romano*, 3ª ed. Madrid, 2010, p. 257: “El voto, ejercitado de forma directa en las asambleas populares en Roma por cientos de miles de ciudadanos, muchos de los cuales viven a gran distancia de la *civitas*, se convierte en una utopía”.

² *Vid.* al respecto, REYES NÚÑEZ, J.P., “El mensaje de la política, la publicidad y el periodismo”, en *Nueva revista del Pacífico*, 54, 2009, p. 5: “La publicidad tiene como eje fundamental la comunicación masiva. Es decir, en términos generales, es un nivel de comunicación en el que usan recursos técnicos y en el que los emisores son grupos u organizaciones de masa y el receptor es un público difuso. Este tipo de comunicación es además persuasiva, característica que también la encontramos en el periodismo, la propaganda política, las relaciones públicas”.

³ MATTERLART, A., *La publicidad*, trad. esp. Barcelona, 2008, pp. 18 y ss., en donde refleja la importancia de las agencias norteamericanas de publicidad, declarando en p. 20, en relación con su expansión internacional: “Dondequiera que se instalan, es la desbandada. Pocas industrias publicitarias nacionales soportan su golpe. En Gran Bretaña, en Italia, en la República Federal Alemana, en Bélgica, en España, en los Países Bajos pero también en América Latina y en ciertos países asiáticos”, la BBDO y otras agencias norteamericanas “se repartieron los primeros puestos”.

⁴ Cfr. CANEL, M.J., “Los efectos de las campañas electorales”, en *Comunicación y Sociedad*, 11, 1, 1998, p. 4.

⁵ Un testimonio claro de la existencia de publicidad electoral es la ciudad de Pompeya, cuyos variados métodos publicísticos han sido analizados por STACCIOLI, R.A., *Manifesti elettorali nell'antica Pompei*, Milán, 1992, quien afirma en p. 9: “Se ci si ferma infine a rilevare le sorprendenti analogie, i parallelismi, i precedenti, le coincidenze con quanto avviene ai nostri giorni nelle medesime circostanze, c'è anche da concludere che i <manifesti> elettorali di Pompei si segnalano per la loro singolare e a volte sconcertante –ma anche attraente e coinvolgente– <attualità>”.

⁶ DURANDIN, G., *La mentira en la propaganda política y en la publicidad*, trad. esp. Barcelona, 1983, p. 11: “El papel de la propaganda y la publicidad es modificar la conducta de las personas a través de la persuasión, es decir, sin parecer forzarlas. Uno de los principales medios que utilizan para ello es la información: dando falsas informaciones, o sencillamente seleccionando las informaciones, se puede modificar los juicios de los

de hoy en día, y que las connotaciones negativas de las campañas sean ya una realidad incontestable.

II. REQUISITOS PARA SER CANDIDATO

La publicidad electoral tenía una presencia activa en Roma, ya que el *cursus honorum*, núcleo de la vida pública de todo ciudadano romano, obligaba a contar con el respaldo del electorado si se quería acceder a una magistratura, lo que suponía un esfuerzo dirigido a convencer al pueblo de las bondades del candidato que se postulaba al cargo. A mayor abundamiento, e independientemente de los medios utilizados para captar el voto de sus conciudadanos, los candidatos debían cumplir una serie de requisitos para poder convertirse en aspirantes legítimos a un determinado puesto. Así, debían declarar ante el magistrado que fuese a presidir el proceso electoral –lo que se conocía como la *professio*⁷– su intención de ser elegidos para un cargo, ante lo que el magistrado podía o no aceptar la inscripción como candidato dependiendo de la situación en la que se encontrase el aspirante.

Si carecía de la edad previa exigida, o no estaba inscrito correctamente en el censo⁸, o había conculcado el orden prefijado en el *cursus honorum*, o estaba desempeñando otro

interlocutores sobre las cosas, y con ello también su conducta. La propaganda y la publicidad no se reducen a la mentira, ya que pueden echar mano a toda una serie de procedimientos. Pero la mentira es probablemente el más eficaz, debido a que, cuando tiene éxito, pasa desapercibida”.

⁷ La lista de los que podían ser elegidos debía ser publicada con veinticuatro días de antelación como mínimo a la fecha de la votación, el *trinundium*, siendo la fórmula: *ratione habere et nomen accipere*. Vid. al respecto: NICOLET, C. *Le métier de citoyen dans la Rome républicaine*, París, 1976, pp. 326 ss.; en el ámbito municipal, el procedimiento era el siguiente: Los aspirantes o *petitores* debían presentar una declaración expresa, *professio nominis* al consejo municipal dentro de un día determinado, *intra praestitutum diem*, que era prefijado por la ley tiempo antes del día previsto para la votación, dentro del mes de marzo, ya que los elegidos tomaban posesión de su cargo el uno de julio, siendo proclamados con tres meses de antelación. Por lo que respecta a la posibilidad de una *professio* o *electio in absentia* en unas elecciones locales, Vid. RODRÍGUEZ NEILA, J.F., “Candidaturas <in absentia> y magistraturas municipales romanas”, en *Lucentum: Anales de la Universidad de Alicante. Prehistoria, arqueología e historia antigua*, 5, 1986, p. 97: “Aunque desconozcamos si eran reglamentadas como situaciones posibles en los estatutos municipales, debían darse de todas formas muy excepcionalmente a nivel local. Las contadas y explícitas referencias a la *absentia* en las fuentes parecen apuntar más bien a casos aislados, por lo demás significativos, que estarían de alguna forma regulados y se permitirían quizá previa aprobación por parte de la *curia*, y sobre la base de una preceptiva y justificada *ratio absentis* informada por el interesado o sus representantes legales en un documento apropiado”; STACCIOLI, R.A., *Manifesti elettorali nell'antica Pompei*, cit. p. 19, en donde añade que los elegidos “potevano anche rifiutare la <nomina> (nominatio), ma in tal caso dovevano a loro volta designare un sostituto”.

⁸ El censo jugaba un papel fundamental, ya que tanto para ser elegido como para ejercer el derecho al voto el ciudadano debía estar inscrito de modo correcto, lo que indica la necesidad de mantener al censo alejado de cualquier irregularidad. Vid. al respecto, WISEMAN, T.P., “The Census in the First Century B.C.”, en *JRS* 59, 1-2, 1969, pp. 61-62: “The relevance of the censors’ assessment to centuriate voting—which means above all the election of praetors and consuls—gives us a clue to the first of the questions posed at the beginning of this paper. The nervousness of certain Roman politicians about any alteration in the voting-structure was clearly

cargo, el magistrado denegaría su inscripción como candidato, lo que obligaba a los aspirantes a ser cuidadosos en el cumplimiento de los requisitos legales exigidos. Con todo, el mayor problema al que se tenían que enfrentar los que se postulaban para una magistratura era la *professio*⁹, desde el momento en el que se exigió la comparecencia personal a los interesados, a mediados del siglo I a.C.¹⁰.

El propio Julio César tuvo que renunciar a un triunfo militar¹¹ en el año 60 a.C. por sus victorias en Hispania –para cuya celebración se exigía el no entrar previamente en la ciudad¹²– ya que debía declarar su intención de optar al consulado¹³ del 59 a.C. ante el magistrado, en este caso concreto el cónsul saliente por tratarse de la elección a la más alta magistratura¹⁴.

shown by their reluctance to have the new Italian citizens distributed throughout the thirty-five tribes after the Social War. When they did achieve that distribution, the new citizens could presumably vote in the tribal assembly, but not in the centuriata until they had been assessed by the censors. Was this why no censors were elected before 70, and why those who held office in 65, 64, 6i, 55 and 50 failed to complete the lustrum? The answer depends on the interrelation of ‘census’ and ‘lustrum’”.

⁹ Vid. al respecto, RIBAS ALBA, J.M., *Democracia en Roma. Introducción al derecho electoral romano*, Granada, 2009, p. 220: “En contra de lo que pudiera parecer, la *professio* hasta finales de la república no era obligatoria ni consistía en un acto formal ante el magistrado... Sin embargo, el principio rector en esta materia fue el de la libre elección popular: que el pueblo confíe los cargos públicos a quien quiera. Principio constitucional que se aplica no sólo al *ius honorum* sino también a la concesión del *ius suffragii*. Por tanto, el *populus* podía elegir a quien ni siquiera se había postulado como candidato. Es más, debemos entender que en sus orígenes el derecho electoral romano excluía o no conocía la autopresentación de candidaturas porque esta acción limitaba en alguna medida la pureza de la libertad con la que el *populus Romanus* decidía”.

¹⁰ RODRÍGUEZ NEILA, J.F., “Algunos problemas del sistema electoral romano”, en *Habis* 17, 1986, p. 355, en donde cita la *lex Tullia de ambitu* aprobada en el año 63 a.C. como el punto de inflexión a partir del cual no se va a permitir la *professio* por representación, admitiéndose únicamente la candidatura presentada directamente por el interesado.

¹¹ DIO CASSIUS 37.54.1; APP. *Bella civilia* 1.c; PLUT., *Caesar* 13; Vid. sobre la importancia de la carrera militar en relación con las magistraturas, HOLLIDAY, P.J., “Roman triumphal painting: Its Function, Development and Reception”, en *The Art Bulletin*, 79, 1, 1997, p. 131: “Military success was the single most important way to achieve laus and gloria. Not only was such achievement highly advantageous to the Roman state, it held vital importance to the personal aims and interests of Roman aristocrats. Ambitious young men of the Roman elite were obliged to under-take military service, and had to complete ten annual military campaigns as a junior officer before they could seek election to even the lowest position in Rome’s hierarchy of magistracies”.

¹² *Ibid.* p. 133: “Sacred law decreed the general forfeit his chance for a triumph if he entered the pomerium before the vote was taken”, añadiendo las rivalidades políticas como causa de esperas incomprensibles para recibir el triunfo, poniendo como ejemplo los tres años que tuvo que esperar Lúculo para entrar en Roma después de sus victorias en Asia.

¹³ PINA, F. “La campaña electoral en Roma”, en *El manual del candidato de Quinto Cicerón*, DUPLÁ, A., FATÁS, G., PINA, F., Bilbao, 1990, p. 71, en donde da cuenta de la importancia de un cónsul: “El consulado significa para un político romano la dignidad máxima que puede ostentar dentro de su comunidad y, por lo tanto, el objetivo final de su carrera, al alcance tan sólo de unos pocos de los que inician ese camino en cada generación. Por ello, aunque como dice el mismo Quinto Cicerón, (*Comm.* 1), las elecciones de nuevos cónsules no ocupan estrictamente más que unos pocos meses cada año, no hay duda de que la campaña electoral se inicia mucho antes”, necesitando además del prestigio y riqueza de la familia, ya que cada actuación pública va a incidir directamente en la popularidad del candidato.

¹⁴ APP. *Bella civilia*. 2.8.; Vid. al respecto, FERNÁNDEZ DE BUJÁN, A., *Historia del derecho romano*, Pamplona, 2010, p. 79, en donde afirma que el consulado es “símbolo de la propia República, pues conforme a la tradición,

Al margen de la rigidez de los elementos legales exigidos para poder presentarse a una elección, los candidatos podían renunciar en cualquier momento a seguir en el proceso electoral, pudiendo incluso retirarse en el mismo instante de la votación¹⁵. Si no renunciaban y era finalmente aceptada su candidatura, se incluía su nombre en la lista electoral, y se dejaba expuesta en el Foro y en otros lugares frecuentados, entre los que se encontraban las *contiones*¹⁶ o asambleas populares. Este tipo de asambleas no eran decisorias¹⁷ como los *comitia*, pero eran las únicas en las que se podía hacer uso de la palabra¹⁸—previa autorización del magistrado que presidía con *potestas contionandi*— lo que las convertía en un magnífico instrumento de propaganda electoral.

A mayor abundamiento, la oralidad presente en las *contiones*¹⁹, permitía al candidato exponer a una mayoría de la población sin excesiva formación los ejes de su campaña electoral y sus cualidades para poder llevar a cabo su proyecto, con la ventaja añadida de que no se votaba al terminar la intervención, lo que facilitaba crear opiniones favorables al candidato que demostrase ser un buen orador, como era el caso de Cicerón²⁰. El derecho a la libertad de

los nobles que habrían encabezado la revuelta popular contra el tirano etrusco, habrían sido elegidos como cónsules por el pueblo. El consulado quedaría, pues, ligado a la magistratura originaria de la República, y sus primeros titulares, a las fuerzas más activas en el derrocamiento de la Monarquía y la subsiguiente implantación de un régimen de libertad”.

¹⁵ *Vid.* al respecto, VAL. MAX. 4.5.3, en donde recoge el caso de Cayo Cicerio, que se retiró en su carrera hacia la pretura en el año 175 a.C. cuando se dio cuenta que optaba también al cargo el hijo de Escipión el Africano, Lucio Escipión.

¹⁶ RIBAS ALBA, J.M., *Democracia en Roma. Introducción al derecho electoral romano*, cit., p. 125: “La asamblea no deliberante recibe el nombre de *contio*. Se comprende que en una comunidad política reducida como la de Roma en la época monárquica y primeros tiempos de la república su función resultaba esencial en la comunicación tanto de la actividad política de los magistrados y sacerdotes como en la formación o expresión de un estado de opinión por parte de la ciudadanía”, añadiendo en n. 2: “La *contio* es el medio ordinario de comunicación de las actividades políticas del magistrado: anuncio de elecciones, toma de posesión y el final del mandato, *abdicationes*, juramentos, para realizar una *sortitio*, con motivo de un triunfo, ejecución de penas, informes acerca de la situación militar o sobre la situación política interna, comienzo del censo, lectura de proyectos legislativos o de senadoconsultos, discusión de circunstancias electorales”.

¹⁷ DUPLÁ ANSUÁTEGUI, A., “La constitución romana como mecanismo de inclusión y exclusión”, en *Studia Historica: Historia Antigua* 26, 2008, p. 27: “La participación parece más activa en las *contiones*, reuniones convocadas para discutir las *rogationes* o presentar a los candidatos, pero estas asambleas no pueden decidir nada”.

¹⁸ KUNKEL, *Historia del Derecho Romano*, trad. esp. J. MIQUEL, 6ª ed., Barcelona, 2003, p. 20: “Las notificaciones del magistrado y discursos de las personalidades que introducía éste tenían lugar en una asamblea amorfa (*contio*)”, recordando que los ciudadanos se organizaban por curias, centurias y tribus sólo cuando tenían que votar las *rogationes*, propuestas legislativas, o las electorales del magistrado presidente de la asamblea.

¹⁹ *Vid.* al respecto, TAN, J., “*Contiones* in the Age of Cicero”, en *Classical Antiquity*, 27, 2008, 1, pp. 163-201; BELL, A. J. E., “Cicero and the spectacle of power”, en *JRS* 87, 1997, p. 1: “This particular *contio* preceded voting in the *Comitia Tributa* but was also a significant event in itself”.

²⁰ PINA, F. “La campaña electoral en Roma”, en *El manual del candidato de Quinto Cicerón*, cit. p. 99: “No es sorprendente que Cicerón califique en una ocasión a este tipo de asambleas como la <máxima escena del orador> (*De offic.* 1.121) y que se vanaglorie repetidamente de haber atraído en algunas de ellas a grandes masas de población con el fin primordial de escuchar sus palabras, baños de multitud que simbolizaban su popularidad. A veces, él mismo buscaba el momento propicio para efectuar un discurso ante el pueblo, eligiendo

expresión²¹ encuentra su máxima expresión en las *contiones*, que van a servir de plataforma de opinión al candidato para pulsar el sentir de la ciudadanía²² con respecto a sus propuestas electorales, contando además con la ventaja de poder celebrarse cualquier día, frente al reducido número de días en los que se podían celebrar los comicios²³, previstos en el calendario romano²⁴. Es el momento de mayor relevancia para el *ars* oratoria romana²⁵, sin duda relacionado con la necesidad urgente de los candidatos de desplegar las mayores habilidades dialécticas ante las *contiones*, en un intento claro de convencer al electorado. Además, de ser cierta la posible presencia de las mujeres²⁶ en dichas asambleas, aunque existan detractores tanto en la doctrina²⁷ como en las fuentes literarias²⁸ con respecto a su presencia originaria, los candidatos tendrían un mayor público al que dirigir sus promesas electorales, ya que —aún careciendo del *ius suffragii*²⁹— el sector femenino³⁰ podría hacer inclinar la balanza a su favor al gozar de cierta

conscientemente la ocasión en que hubiera una importante aglomeración de gente en Roma, y por lo tanto un mayor número de potenciales oyentes”.

²¹ Cfr. RIBAS ALBA, J.M., *Democracia en Roma. Introducción al derecho electoral romano*, cit. p. 128: “La *contio* constituye por tanto la forma romana de ejercicio de la libertad de expresión. El hecho de que este tipo de asamblea estuviera sometida al control del magistrado o sacerdote presidente tanto en su convocatoria como en su desarrollo e incluso la presencia de requisitos estrictos de tipo formal como el de la necesidad de utilizar la toga o asistir de pie (no sentado como era costumbre en Grecia) indican exclusivamente la existencia de un derecho sometido a limitaciones en cuanto a su ejercicio, no su negación”.

²² Que supuestamente gozaba de amplios derechos; *Vid.* al respecto, BRUNT, P.A., “The Roman Mob”, en *Past&Present*, 35, 1966, p. 5: “In theory the people at Rome possessed great power. They elected the magistrates, declared war and ratified treaties, passed laws, and until the creation of standing courts in the late second century decided the most important criminal cases; to the end of the Republic some political charges came before them. From the late second century they voted by ballot; this naturally diminished aristocratic control”.

²³ VARR. *Ling. Lat.* 6.29: *comitalis dicti quod tum ut comitiis adesset populus constitutum est ad suffragium ferendum, nisi si quae feriae conceptae essent propter quas non liceret ut Compitalia et Latinae.*

²⁴ MICHELS, A.K., *The Calendar of the Roman Republic*, Princeton, 1967, *passim*.

²⁵ *Vid.* al respecto, MILLAR, F., “Persuasion and the People before the Social War”, en *JRS*, 76, 1986, p. 11: “It was also to be the greatest age of Roman oratory, much of it directed to the People at *contiones*. Persuasion was still vital; and the votes of those few who did vote played a crucial part in the last decades of Republican history”.

²⁶ Que eran ciudadanas romanas, y por lo tanto legitimadas para ejercitar la *provocatio ad populum* y la *intercessio* tribunicia, aunque no tuviesen derecho al voto. *Vid.* al respecto, PEPPE L., *Popolo*, en *ED*, 34, 1985, pp. 324 y ss.

²⁷ *Vid.* al respecto, BOTSFORD, G.W., *The Roman Assemblies. From their Origin to the End of the Republic*, Union, New Jersey, 2001, p. 146: “The early republic did not allow women to be present in political meetings; but in time this severity began to relax”, añadiendo que en ocasiones se podía invitar al uso de la palabra a senadores e incluso a personas privadas de distinguida condición.

²⁸ VAL. MAX. 3.8.6: *Quid feminae cum contione? Si patrius mos servetur, nihil.*

²⁹ Las mujeres, aún siendo *cives* romanas, carecían del *ius honorum* y del *ius suffragii*; *Vid.* al respecto, D. 50.17.2. pr. (Ulp. 1 *Sab.*).

³⁰ FERNÁNDEZ DE BUJÁN, A., *Derecho Privado Romano*, 3ª ed., Madrid, 2010, p. 200: “En el ámbito público no puede la mujer formar parte de la asamblea centuriada, desempeñar magistraturas, ni acceder al Senado, pero sí ser miembro de algunos Colegios sacerdotales, especialmente del Colegio de las Vestales y, a finales de la República, parece probable que se les haya reconocido, a las mujeres no sometidas a patria potestad, la posibilidad de votar en los comicios por tribus o circunscripciones territoriales”.

influencia en el seno familiar. Del mismo modo, las mujeres que por su ocupación laboral tenían cercanía con los clientes de tiendas, posadas y tabernas³¹ podían desplegar también su facilidad para entablar relaciones con el público sugiriéndoles el nombre del que creían que poseía las mejores condiciones como candidato³².

Al comenzar la campaña electoral, denominada *ambitus*³³ por su significado de acudir a alguien pidiéndole algo –aunque más tarde adquirió connotaciones negativas con el significado de fraude electoral³⁴, reprimido por vía penal³⁵– el *candidatus*, cuyo nombre deriva del hecho de vestirse con la toga candida, caracterizada por su brillante color blanco³⁶ se distin-

³¹ Vid. al respecto, WELLING, J.C., “The Last Town Election in Pompeii: An archeological Study of Roman Municipal Politics Based on Pompeian Wall Inscriptions”, en *American Anthropologist*, 6, 3, 1893, p. 237: “The tavern and the eating-saloon were a political power in Pompeii. Most of the women who took a hand in Pompeian politics were, I regret to say, members of the “Tavern-keepers’ Union” in Pompeii. There was such an Union in Pompeii, as abundantly appears from the electioneering manifestoes. The names of Pollia, of Statia, of Petronia, of Helpis Afra, of Recepta, and others attached to these electoral broadsides, are significant at once of the humble origin and of the disreputable profession of their bearers. Sometimes they are associated with their husbands in this political “tooting”, and in at least two cases the gray mare seems to have been the better horse, for the woman puts her name before that of her husband: *Recepta, nec sine Thalamo*, is the quiet way in which one of these political landladies tucks away her husband under her apron-string in announcing their joint nominations”.

³² STACCIOLI, R.A., *Manifesti elettorali nell’antica Pompei*, cit. p. 24, cuando afirma que las mujeres “Sebbene escluse dal diritto di voto, esse non rinunciarono a manifestare pareri e desideri e a fare la propria personale propaganda”, añadiendo además que “soltanto un tal genere di donne, e comunque solo quelle appartenenti a ceti social piuttosto bassi, si cimentarono apertamente nella campagna elettorale. Tanto che, a volte, la loro propaganda poteva essere anche non gradita”, citando el caso de *Cuculla*, cuyo manifiesto a favor de un candidato fue borrado por éste o por su “comité electoral”, con la convicción de que la postura favorable de aquella mujer pudiera resultar contraproducente para sus intereses; CIL 4. 7841: *C(aium) Iulium Polybium. (duo)vir(um) Cuculla rog(at)*, siendo cubierta la última parte con cal, a fin de ocultar el nombre de la inoportuna partidaria del candidato a duoviro.

³³ FEST. *verb. sign.* s.v. *ambitus*: *ex quo etiam honoris ambitus dici coeptus est a circumeundo supplicandoque. Ambitio est ipsa actio ambientis.* VARR. *de ling. lat.*: *qui populum candidatus circum it, ambit, et qui aliter atque decet ambit.*

³⁴ Vid. al respecto, SUÁREZ PIÑEIRO, A.M., “La reforma del sistema electoral romano durante el último siglo de la República”, en *Gallaecia*, 17, 1998, pp. 429-430: “*Ambitus* es el término latino que designa la corrupción, el soborno electoral. Proviene de una deformación de *ambire*, que en origen solo implicaba la petición del voto, la propia actividad física ejercida por el candidato en busca de apoyo para una elección. La práctica de la corrupción electoral alteraba los modos tradicionales de control del voto, introduciendo una anarquía en el sistema, desfavorable para aquéllos que se mantenían en el poder, más por sus estructuras sociales y políticas de larga tradición, que por el simple poder del dinero. Por ello la *nobilitas* quería mantener las formas tradicionales de generosidad con los votantes frente a la práctica del *ambitus*. La corrupción electoral, por tanto subvertía más que reforzaba el poder de la *nobilitas*”.

³⁵ WALLINGA, T., “*Ambitus* in the Roman Republic”, en *RIDA* 41, Bruselas, 1994, p. 411: “One could say that *ambitus* is at once easy and difficult to define. A very broad definition would be: ‘a criminal offense, consisting in canvassing for the Roman elections by illegal means’. This definition is correct and applies to the entire republican period. But it does not help us very much when we are trying to understand the meaning of *ambitus*”.

³⁶ Sin embargo, LIV. 4.25.13, recoge una temprana prohibición del año 432 a.C. que impedía tinter de blanco radiante la vestimenta.

guía a partir de ese momento de los demás ciudadanos romanos³⁷, identificándose como el postulante a un determinado cargo. De este modo, resultaba claro para quién tuviese contacto con él que estaba ante un aspirante a magistrado, con claras pretensiones electorales.

III. PROPAGANDA ELECTORAL

En teoría, un candidato no debía hacer propaganda electoral, por cuanto la costumbre no admitía los mítines en busca de votos, ni existía una campaña electoral como las que existen hoy en día³⁸, pero en la práctica los candidatos estaban haciendo constantemente publicidad de todo lo que a ellos concernía, ya fuera el triunfo obtenido como el elogio de sus antepasados, buscando el reconocimiento de su familia y por ende el suyo propio, ya que el prestigio allanaba sin duda el camino hacia el éxito electoral de cualquier *petitor* o *candidatus*.

Sirva como ejemplo la Roma del siglo I a.C., convertida ya en el centro del mundo mediterráneo, que se va a utilizar como escaparate de las tumbas más llamativas y costosas situadas a lo largo de la Vía Apia y Flaminia, con el objetivo claro de que los incontables viajeros que accedían a la Urbe contemplasen la riqueza de las familias propietarias de tales monumentos funerarios. Es evidente la intención de publicitar la importancia de determinadas familias, ya que sólo las más pudientes podían acceder a los márgenes de las vías principales de acceso a la *Urbs* y hacer que los demás contemplasen su poder y recordasen su nombre, con vistas a ser reconocidos en su carrera política. Con todo, no podemos olvidar las luchas internas entre las clases dirigentes de Roma para ver que en la construcción de los mausoleos se perciben también las tensiones internas entre las élites de la ciudad. Incluso después de muertos, los notables querían obtener reconocimiento de su dignidad, en un plano superior al de sus competidores³⁹. Aunque pueda parecer que nos encontramos ante

³⁷ Vid. al respecto, CROOK, J.A., *Law and Life of Rome*, Londres, 1967, p. 255, en donde nos recuerda la importancia de ser ciudadano en orden a poder ejercer el derecho al voto: “The *civis Romanus* had a special position in the Roman state. He had, first of all, the suffrage”.

³⁸ PINA POLO, F., *Marco Tulio Cicerón*, Barcelona, 2005, p. 93: “En Roma no existía una campaña electoral tal y como se entiende en la actualidad, con un período preestablecido a tal efecto y mítines protagonizados por los diversos candidatos a las magistraturas. En realidad, un ciudadano romano que, como Cicerón, tuviera desde su juventud ambiciones políticas, estaba permanentemente en campaña electoral, porque todas sus actuaciones públicas –discursos en el Senado, ante el pueblo o en los tribunales, actividades militares, etc.–, e incluso privadas, conformaban una imagen de él que había de resultar decisiva en las diversas confrontaciones comiciales que habría de afrontar hasta alcanzar como meta máxima el consulado”.

³⁹ Cfr. PINA POLO, F., “Ideología y práctica política en la Roma tardorrepública”, en *Gerión*, 12, 1994, p. 73, en donde se refiere además al cambio producido en la época de Augusto: “En el momento en que esas condiciones desaparezcán, cuando Augusto asiente su Principado como salida institucional a la crisis tardorrepública, también las necrópolis modificarán las características descritas. La presencia omnipotente del emperador convertirá la competencia en innecesaria e inútil, y bastará con mostrar el lugar que se ocupa en la nueva estructura social, dentro de la cual las posibilidades de ascenso político ya no dependen del reconocimiento público”.

un medio propagandístico indirecto o subliminal, dirigido a penetrar en el subconsciente de aquellos que transitaban por los caminos de Roma y fijaban su mirada en las tumbas situadas fuera del *pomerium*, no por ello va a resultar menos eficaz, sino que se va a fijar en el recuerdo y perdurará seguramente hasta que la figura emergente políticamente quiera recordar las hazañas de sus antepasados, resultando por lo tanto un instrumento publicitario de gran relevancia.

En Pompeya⁴⁰ se encuentran también testimonios de la utilización de tumbas como soportes de publicidad⁴¹, superando los límites del perímetro de la ciudad y dejando constancia escrita de las preferencias de los *cives* pompeyanos, llegando incluso a publicitar candidatos de ciudades vecinas, como la de *Nuceria*⁴², en un intento de conquistar votos de los residentes temporales en una ciudad que puedan sin embargo ejercer su derecho al voto en otra diferente. Lo más llamativo de la epigrafía funeraria conservada es sin duda la contra publicidad presente en los sepulcros situados a lo largo de las vías principales de acceso a la ciudad, conformada por escritos de lo más variado. Unas veces contenían veladas o claras amenazas para el candidato propuesto por el autor del indigno “graffiti”, deseando que pierda e incluso que nunca más pueda ser elegido para ningún cargo, y otros sin embargo eran escritos indulgentes e incluso portadores de fortuna para quienes superasen la tentación de profanar las tumbas mejor situadas para convertirlas en vallas publicitarias de primer orden⁴³.

Por otro lado, el reduccionismo que propugnan algunos estudiosos de la antigüedad⁴⁴, en cuanto a la preeminencia absoluta de las clases dirigentes en la vida política, agrupadas

⁴⁰ Testimonio del pasado muy importante, entre otros motivos por la epigrafía conservada, que muestra una auténtica publicidad electoral utilizada por los candidatos interesados en acceder a un cargo público, o por los partidarios de los mismos, escribiendo en muros y paredes para convencer a la ciudadanía en medio de una enfervorizada lucha de votos. *Vid.* al respecto, MAZZONI, S., “Panorama di Pompeii: storia dello spettacolo e mondo antico”, en *Annali online di Ferrara-Lettere*, 2, 2008, pp. 188-189, en donde afirma que se trata de una ventana al pasado de valor inigualable, citando entre otros ejemplos “dei manifesti elettorali dipinti in nero o in rosso sui muri delle abitazioni e delle botteghe cittadine: documenti che ridano voce alle vite perdute e agli spettacoli, alle celebrità e agli sconosciuti, al pubblico e al privato, ai registri del quotidiano e della memoria perpetua”.

⁴¹ BEARD, M., *Pompeya: Historia y leyenda de una ciudad romana*, trad. esp. Barcelona, 2009, p. 266, en donde afirma que los carteles electorales de Pompeya “también pueden verse en las fachadas de las tumbas”.

⁴² CIL 4, 3875: *L(ucium) Munatium Caeserninum Nuceriae (duo)vir(um) quinq(uennalem) v(irum) b(onum) o(ro) v(os) ff(aciatis)*, inscripción funeraria encontrada en Pompeya, favorable a un candidato a duoviro en *Nuceria*, lo que demuestra que la publicidad traspasaba los límites municipales en pos de cualquier posible voto.

⁴³ STACCIOLI, R.A., *Manifesti elettorali nell'antica Pompei*, cit. p. 49.

⁴⁴ *Vid.* al respecto, NORTH, J.A., “Democratic Politics in Republican Rome”, en *Past&Present*, 126, 1990, pp. 6-7, en donde resume la tesis a favor del control absoluto de la élite dirigente de este modo: “The four linked propositions below characterize a position at one time widely accepted by ancient historians: 1. Rome was controlled by a narrow hereditary oligarchy, firmly defined and rarely admitting new families to its ranks. 2. The system of group-voting in the assemblies meant that the betteroff voters controlled proceedings, both in respect of elections and of legislation... 3. These dominant families were linked among themselves into stable long-term alliances based, at least in the middle Republican period, on allegiances to the great

con un programa fijo y estable en el tiempo⁴⁵, no nos parece que coincida con la realidad⁴⁶, ya que pensar en la existencia de partidos políticos⁴⁷ como los que hay hoy en día es falso en el contexto de la antigua Roma, aunque la *nobilitas* se encontrase dividida en dos sectores irreconciliables, los *populares* y *optimates*. La oligarquía dominante pudo ejercer una gran influencia política en los primeros tiempos de la República, e incluso concertar alianzas coyunturales⁴⁸ con antiguos rivales políticos para derrotar al adversario común, pero creer en la continuidad de un poder ilimitado en la época tardorrepblicana⁴⁹ no parece lo correcto a la vista de las fuentes conocidas, ya que las *coitiones* o acuerdos electorales⁵⁰ entre candidatos eran vistos como estrategias políticas deshonestas, que restaban opciones a otros candidatos a ser elegidos.

clans or *gentes*... 4. Acts of legislation or the electing of magistrates by the assemblies were determined by competitive manipulation by the rival groups... I shall call this set of views the <frozen waste> theory of Roman politics"; para el autor se trata de una teoría indefendible, proponiendo en pp. 9-10: "Concerning the relationship of political issues and social problems to the activity of politicians seeking votes, it has been very forcefully contended that the importance of issues as vote-winners has been almost deliberately concealed by a "bourgeois" preoccupation with the motives of élite members", citando el caso de Tiberio Graco y su ley Agraria, planteando como incógnita los motivos que indujeron a los votantes a apostar por él.

⁴⁵ Contra, MEIER, C., *Introduction à l'Anthropologie politique de l'Antiquité Classique*, París, 1984, p. 60, en donde afirma que los políticos romanos podían agruparse en un momento dado para defender una posición en un tema particular, pero ello no implicaba una asociación estable o un partido determinado, concluyendo que los grupos políticos romanos dependían de los temas objeto de debate.

⁴⁶ *Vid.* al respecto, BRUNT, P.A., *The Fall of the Roman Republic and Related Essays*, Oxford, 1988, pp. 443 y ss. en donde señala que las relaciones entre las familias entraban dentro de una "política rutinaria", no siendo la única baza política, sino una más.

⁴⁷ RIBAS ALBA, J.M., *Democracia en Roma. Introducción al derecho electoral romano*, *cit.*, p. 233, en donde señala que los partidos políticos no existían en sentido moderno, aunque no ve inconveniente en utilizar el término "partiendo de la base de que en la vida política romana los grupos políticos fueron más bien conjuntos de individuos agrupados en torno a un político influyente".

⁴⁸ Como las llamadas *coitiones*, alianzas electorales dirigidas a eliminar al enemigo político común. *Vid.* Asc. *In toga candida*, p. 74, en donde habla de la entente entre Cayo Antonio y Catilina creada contra Cicerón.

⁴⁹ *Vid.* al respecto, PINA POLO, F., "Ideología y práctica política en la Roma tardorrepblicana", *cit.* pp. 69-70, cuando critica la corriente historiográfica de primera mitad del siglo XX que hizo que la historia de Roma quedase reducida al estudio de las grandes familias con figuras importantes políticas o militares, lo que sin duda empujeó el conocimiento real de la organización política de la *Urbs*: "De este modo, prácticamente lo único que interesaba era su juego de alianzas, en ocasiones fundamentadas en matrimonios, sus parentescos interrelacionados, sus clientelas, que a su vez respetarían las alianzas de sus superiores, y cuya plasmación sería la existencia de grupos políticos estables, denominados <partidos> o <facciones>, a partir del latín *factio*. La *nobilitas* controlaría totalmente la política y dispondría de un monopolio casi hereditario de las magistraturas superiores, en manos de unas pocas familias... Lo cierto es que la tendencia a analizar la práctica política en términos de *gens* y familias ha exagerado la continuidad en la vida política romana. Por un lado, porque las *gentes* ya no tenían en la República tardía la coherencia que debieron de poseer en el período arcaico, ni conformaban unidades políticas efectivas, ni focos de organización política. Por otro lado, porque ese análisis olvida que dentro de las *gentes* había familias particulares en ascenso o en declive, lo que indica que toda la *gens* no actuaba como una unidad".

⁵⁰ No eran ilegales en sí mismas, pero podían dar lugar a prácticas fuera de la legalidad, y por lo tanto condenables, como el soborno; *Vid.* al respecto, HALL, U., "Voting Procedure in Roman Assemblies", en *Historia*, 13, 3, 1964, pp. 302 y ss.

Con todo, es cierto que la epigrafía electoral pompeyana evidencia la presencia de tales prácticas a nivel municipal⁵¹. Resulta claro que los patronos podrán influir en el voto de su *clientela*⁵², pero es obvio que era mucho más fácil realizar tales sugerencias cuando el *suffragium* era un acto jurídico oral ante la *rogatio* propuesta por un magistrado. Si bien la oralidad como requisito para el ejercicio del voto no venía dado por el interés de la oligarquía existente de controlar el sufragio ciudadano⁵³, sino por la propia historia de Roma —una comunidad pequeña en sus orígenes que decidía sus asuntos en el Foro— es cierto que desde el momento en que el ejercicio del voto pasó a ser escrito⁵⁴, *per tabellam*⁵⁵, en unas *tabellae ceratae* donde los que ejercían el *ius suffragii* indicaban con iniciales los candidatos de su preferencia⁵⁶, el control político del sufragio realizado era más difícil de ejercer, aunque no imposible⁵⁷, por no poder demostrarse la fidelidad al consejo recibido. Ya no se podrá prever de forma aproximada el número de votos que se creen seguros, por lo que tendrán que utilizar otros medios que induzcan a obtener el favor electoral⁵⁸. Esos recursos

⁵¹ Vid. al respecto, CIL 4. 7242: *C(aium) Gavium Rufum M(arcum) Holconium Priscum (duo)vir(os) i(ure) d(icundo) o(ro) v(os) f(aciatis) Cuspium Pansam Popidium Secundum aediles d(ignos) r(ei) p(ublicae) o(ro) v(os) f(aciatis)*; TAYLOR, L.R., *Party Politics in the age of Caesar*, California, 1949, p. 66, en donde afirma que las alianzas electorales pompeyanas no eran típicas en la época republicana; contra, CASTREN, *Ordo populusque Pompeianus. Polity and Society in Roman Pompeii*, Roma, 1975, p. 79, al opinar que los ciudadanos de Pompeya votaban a grupos de candidatos.

⁵² MILLAR, F., “The Political Character of the Classical Roman Republic”, en *JRS*, 74, 1984, p. 9: “The elections, on this view, were determined from above by the operations of *clientela* and other forms of dependence. Not programmes or political attitudes, but persons—or even membership of a particular *familia* or *gens*—decided the results; it is a sign of this that the candidates did not make election speeches to the people”.

⁵³ Cfr. RIBAS ALBA, J.M., *Democracia en Roma. Introducción al derecho electoral romano*, cit., p. 246: “Me parece por completo anacrónica la interpretación que subraya en este punto la originaria intencionalidad política de la oralidad como ejercicio de control político por parte de la oligarquía dirigente. En la Roma arcaica no había lugar para este tipo de consideraciones”.

⁵⁴ En Pompeya se procedía de forma semejante, como señala STACCIOLI, R.A., *Manifesti elettorali nell'antica Pompei*, cit. p. 39: “Il voto (*suffragium*) veniva espresso per iscritto (*per tabellam*), mediante una <scheda> consistente in una tavoletta cerata (*tabella*) sulla quale l'elettore incidere con uno stilo i nomi dei candidati preferiti. La <scheda> veniva poi depositata dall'elettore stesso nell'urna (*arca*) o nel canestro (*cista*) della sua <sezione>, sorvegliata dai rappresentanti di altre <sezioni> (generalmente in numero di tre). Tutto si svolgeva sotto la presidenza e la vigilanza del duoviro preposto all'assemblea elettorale (normalmente il più anziano dei due in carica), che prendeva posto su una tribuna (*suggestum*) assistito dai suoi diretti collaboratori”.

⁵⁵ Vid. al respecto, SALERNO, F., <*Tacita Libertas*>. *L'introduzione del voto segreto nella Roma repubblicana*, Nápoles, 1999, pp. 123 ss.

⁵⁶ TAYLOR, L.R., *Roman Voting Assemblies from the Hannibalic War to the Dictatorship of Caesar*, Ann. Harbor, 1990, p. 35.

⁵⁷ Vid. al respecto, SUÁREZ PIÑEIRO, A.M., “La reforma del sistema electoral romano durante el último siglo de la República”, cit. p. 430: “Con la introducción del voto secreto no cesaron los métodos de presión sino que, por el contrario, se incrementaron desarrollándose otras fórmulas de manipulación”.

⁵⁸ WALLINGA, T., “*Ambitus* in the Roman Republic”, cit. p. 424, en donde da cuenta de la falta de escrúpulos a la hora de procurar votos para los candidatos, lo que provoca como consecuencia directa la promulgación en dicha época de numerosas leyes contra el *ambitus*: “It is no surprise that we find most of the laws on *ambitus* in a period when the Republic was rapidly declining. There was a fierce struggle for political power, in which no holds were barred and all possible means to influence voters were used by rival candidates for the magistracies. Of course, attempts were made to counter or at least influence this development”.

creados para procurar el voto a favor de un candidato conforman simple y llanamente lo que posteriormente pasó a conocerse como la publicidad electoral.

IV. *COMMENTARIOLUM PETITIONIS*: EL MANUAL DEL CANDIDATO

Una fuente imprescindible para conocer la estrategia electoral de un buen candidato la constituye el *Commentariolum Petitionis*⁵⁹, tratado político escrito por Quinto Tulio Cicerón y dirigido a su hermano Marco a mediados del siglo I a.C.⁶⁰. En este documento privado –con intención de hacerse público entre los sectores nobles de Roma– se imparten consejos y reflexiones de tipo electoral dirigidos al célebre Cicerón, como un manual de ayuda al candidato para poder llegar a obtener el éxito en la carrera hacia el consulado del año 63 a.C. Bien es cierto que la autenticidad del *Commentariolum Petitionis* ha estado siempre bajo sospecha⁶¹, apostando parte de la doctrina por la falsedad de este documento único que sería la guía perfecta para cualquier aspirante a un cargo público, aunque ahora se acepte casi unánimemente su existencia⁶².

Estamos ante un excelente medio de propaganda, sintetizado en la justificación inicial del texto⁶³, a saber: Cicerón no pertenece a una familia noble desde tiempo inmemorial, lo

⁵⁹ Seguimos la edición crítica de DUPLÁ, A., FATÁS, G., PINA F., Bilbao, 1990.

⁶⁰ HENDRICKSON, G.L., “On the Authenticity of the *Commentariolum Petitionis* of Quintus Cicero”, en *The American Journal of Philology*, 13, 2, 1892, p. 212: “Concerning the date of the composition of the Com., we can only say that its language and style admonish us to put it as early as possible. If we may assume that the letters to Atticus were already published at the beginning of our era, I should not wish to place the Com., very much later”.

⁶¹ *Vid.* al respecto, RICHARDSON, J. S., “The ‘*Commentariolum Petitionis*’”, en *Historia: Zeitschrift für Alte Geschichte*, 20, 4, 1971, p. 436, en donde refiere la dificultad de defender la autenticidad de un texto antiguo: “The difficulty inherent in a discussion of the authenticity of any ancient work, and of the *Commentariolum* in particular, lies in the impossibility of framing any positive argument in its favour. An objector can point out historical inaccuracy, oddity of style, or the borrowing of material from earlier compositions; a plea for the defence can only refute such charges, a procedure which results in a verdict of ‘not proven’, leaving behind the strong suspicion that all is not as it should be”.

⁶² PINA POLO, F. *Marco Tulio Cicerón*, cit. p. 96: “Aunque se han planteado dudas sobre la autenticidad y la autoría de este opúsculo, se trata muy probablemente de un documento original, redactado pocos meses antes de las elecciones consulares”, atribuyéndole la iniciativa al propio Marco e incluso la inspiración de esta carta abierta destinada a difundirse sólo entre la élite, que sirviese para subrayar los méritos de Cicerón y descalificar la incapacidad de los adversarios políticos del mismo.

⁶³ *Comm. 2: Civitas quae sit cogita, quid petas, qui sis. Prope cottidie tibi hoc ad forum descendenti meditantumst. <Novus sum, consulatum peto, Roma est>. Nominis novitatem dicendi gloria maxime sublevabis. Semper ea res plurimum dignitatis habuit; non potest qui dignus habetur patronus consularium indignus consulatu putari. Quamobrem quoniam ab hac laude proficisceris et quicquid es ex hoc es, ita paratus ad dicendum venito quasi in singulis causis iudicium de omni ingenio futurum sit*; Sobre esta división se pronuncia HENDRICKSON, G.L., “On the Authenticity of the *Commentariolum Petitionis* of Quintus Cicero”, cit. p. 202: “He begins by dividing the whole *petitio* into three subjects for Cicero’s meditation: *novus sum, consulatum peto, Roma est*”, para luego analizar el estilo de Quinto como escritor, cuando afirma: “We find, therefore, between

que le convierte en un *homo novus* sin antepasados que hubiesen accedido al consulado, su meta final, y por lo tanto debe concentrar sus esfuerzos en hacerse digno de tan grande honor en Roma, la ciudad por excelencia del *ius suffragii*, concibiendo una estrategia que le ayude a lograr el éxito en la campaña electoral⁶⁴, sin olvidar que gran parte del triunfo en los comicios vendrá dado por la solicitud personal del voto a sus conciudadanos⁶⁵.

Siendo el Foro romano el centro de la vida política, jurídica y social de la *Urbs*, uno de los consejos que dedica Quinto a su hermano consiste en la necesidad de acudir diariamente al Foro y además, de ser posible, siempre a la misma hora⁶⁶, para que todos los ciudadanos que deseen dirigirse a él conozcan su rutina y puedan encontrarlo. Y en relación con esto, insiste posteriormente en la conveniencia de hacer campaña con asiduidad⁶⁷, conversando con todos los futuros electores que pueda, con el objetivo de ser reconocido como un candidato accesible y atento a las propuestas del pueblo romano. Otro medio de hacerse publicidad, dentro de una política de gestos, consiste en la solicitud del voto mediante la *prensatio*⁶⁸, apretones de manos que transmiten la cercanía del aspirante y crea un vínculo de afinidad con quien recibe el saludo del candidato, en una sociedad como la romana tan pendiente del trato personal.

Con todo, la regla de oro que se debe cumplir en una campaña política la podemos observar en *Comm.* 45:

the style of the Com. and the literary activity and tastes of Quintus, as his brother reports them, a contrast not less striking than the contrast between his character as portrayed to us by other sources and as revealed in this work”, concluyendo “That the Com. is the work of some first-century rhetorician or rhetorical student who, perhaps in imitation of similar works, wrote the Com. in the name of Quintus Cicero, and, modelling the general form of his composition on the first letter ad Q. Fratrem (on the duties of a provincial governor, etc.), made use specially of the orations of the period of Cicero’s consulship bearing upon the subject, viz. the orations in tog. cand. and pro Murena, and incidentally also of other works of Cicero, as has been pointed out”.

⁶⁴ *Vid.* sobre los candidatos derrotados en las elecciones de Roma: BROUGHTON, T.R.S., “Candidates Defeated in Roman Elections: Some Ancient Roman <Also-Rans>”, en *Transactions of the American Philosophical Society*, 81, nº 4, 1991, *passim*.

⁶⁵ PINA POLO, F., *Marco Tulio Cicerón*, cit. p. 97: “El modo fundamental de lograr el éxito electoral era solicitar personalmente el voto a los ciudadanos. En Roma, el Foro constituía el principal ámbito público, el centro político, judicial, religioso y económico de la ciudad”.

⁶⁶ *Comm.* 36: *Iam deductorum officium quo maius est quam saluatorum, hoc gratius tibi esse significato atque ostendito et, quod eius fieri poterit, certis temporibus descendito. Magnam affert opinionem, magnam dignitatem cotidiana in deducendo frequentia.*

⁶⁷ *Comm.* 43: *Iam assiduitatis nullum est praeceptum, verbum ipsum docet quae res sit. Prodest quidem vehementer nusquam discedere, sed tamen hic fructus est assiduitatis, non solum esse Romae atque in foro sed assidue petere, saepe eosdem appellare, non committere ut quisquam possit dicere, quod eius consequi possis, se abs te non esse rogatum, et valde ac diligenter rogatum.*

⁶⁸ *Vid.* al respecto, RODRÍGUEZ NEILA, J.F., “Candidaturas <in absentia> y magistraturas municipales romanas”, cit. p. 98: “Las campañas electorales locales para elegir magistrados consistían más en una solicitud directa y personal de los candidatos sobre los hipotéticos electores (*prensatio*), que en una lid oratoria, pues el solicitante, simple *privatus*, aún no tenía derecho a convocar al pueblo (*contio*) para exponerle sus ideas y ganar así votos. La presencia personal del candidato en la fase de *trinundinum* inmediatamente posterior a su *professio* resultaba a todas luces vital para poder conseguir sus objetivos”.

Quare hoc quidem facile praeceptum est, ut quod facturum sis id significes te studiose ac libenter esse facturum; illud difficilius et magis ad tempus quam ad naturam accomodatam tuam, quod facere non possis, ut id aut iucunde <neges aut etiam omnino non neges>, quorum alterum est tamen boni viri, alterum boni petitoris. Nam cum id petitur, quod honeste aut sine detrimento [est] nostro promittere non possumus, quomodo si qui roget ut contra amicum aliquem causam recipiamus, belle negandum est, ut ostendas necessitudinem, demonstres quam moleste feras, aliis te id rebus exsarturum esse persuadeas.

La recomendación dirigida a no negarse de forma taxativa a nada, rehusando amablemente a lo que no se puede cumplir, intentando quedar bien con cualquier posible elector, nos muestra con toda claridad la fragilidad de las promesas⁶⁹ realizadas por los participantes en la carrera electoral. De hecho, el propio Quinto al decir *alterum boni petitoris*, nos muestra la dirección que debe seguir un buen *petitor* o *candidatus*, la de la diplomacia más elevada al servicio del éxito final.

Si fijamos de nuevo nuestra atención en Pompeya⁷⁰, podemos ver cómo el candidato recibía el apoyo preciso de acuerdo con su calidad moral sin tener en cuenta sus promesas, casi inexistentes, como se refleja en la fórmula habitualmente utilizada en los *dipinti*, DPR, *Dignum Rei Publicae*⁷¹, cómo se aprecia en los siguientes ejemplos:

*L(ucium) Ceium Secundum (duo)vir(um)
o(ro) v(os) f(aciatis) d(ignum) r(ei) p(ublicae)
Urblanenses rog(ant)*⁷²
*Q(uintum) Postumium Proculum
Aed(ilem) d(ignum) r(ei) p(ublicae) Masculus rog(at)*⁷³
*Si pudor in vita quicquam prodesse putatur
Lucretius hic Fronto dignus honore bono est*⁷⁴

⁶⁹ Vid. sobre las promesas, Comm. 48: *Id, si promittas, et incertum est et in diem et in paucioribus; sin autem [id] neges, et certe abalienes et statim et pluris. Plures enim multo sunt qui rogant ut uti liceat opera alterius quam qui utantur. Quare satius est ex his aliquos aliquando in foro tibi irasci quam omnino continuo domi, praesertim cum multo magis irascantur iis qui negent, quam ei quem videant ea ex causa impeditum, ut facere quod promisit cupiat si ullo modo possit*, en donde Quinto apuesta claramente por las promesas electorales, ya que no suponen un coste muy elevado en caso de no poder cumplirlas.

⁷⁰ Vid. al respecto, BEARD, M., *Pompeya: Historia y leyenda de una ciudad romana*, cit. pp. 265-266, en donde se reflejan una ciudad implicada claramente en sus procesos electorales: “El sabor de esas elecciones anuales de Pompeya lo recogen vivamente los carteles electorales, más de dos mil quinientos en total, pintados claramente en letras rojas o negras. Cubren las paredes de algunas casas, superponiéndose unos a otros, pues los anuncios de cada nueva campaña eran pintados sobre los del año anterior. Se concentran, como cabría esperar, en las principales arterias de la población, donde era previsible que los viera la mayoría de la gente”.

⁷¹ CIL 4. 171; 698; 768; 1122.

⁷² CIL 4. 7676.

⁷³ CIL 4. 7238.

⁷⁴ CIL 4. 6626.

Se hacían sobre una pared previamente preparada con fondo blanco de cal, siendo pintados éstos *tituli picti* en color rojo o negro⁷⁵. La honestidad era la cualidad exigida para poder vencer en los comicios, ya que se colegía una correcta gestión política unida a la dignidad del *candidatus*.

En realidad, estos mecanismos de participación popular, llamados *programmata*⁷⁶, repetían la siguiente fórmula: nombre del candidato, motivos para votar por él, incidiendo sobre todo en sus dotes personales y su integridad moral, pero sin ninguna referencia a su programa político, terminando con una invitación al voto: *oro vos faciatis*, o lo que es lo mismo: “os pido que lo elijáis”:

*A(ulum) Vettium Firmum
aed(ilem) o(ro) v(os) f(aciatis) d(ignum) r(ei) p(ublicae)
pilicrepi facite*⁷⁷

Siempre hay excepciones, como un cartel o manifiesto electoral pompeyano en el que se pide primero el voto para alguien, para referirse a continuación a un amor no correspondido:

*Gavium aed(ilem)
Marcellus Praenestinam amat et non curatur*⁷⁸
Incluso nos encontramos con un modelo de antipropaganda electoral:
*M(arcum) Cerrinium
Vatiam aed(ilem) o(ro) v(os) f(aciatis) scribibi
Universi rogant
Scr(ipsit) Florus cum Fructo...*⁷⁹

⁷⁵ STACCIOLI, R.A., *Manifesti elettorali nell'antica Pompei*, cit. p. 43: “Di regola, infatti, venivano scritti o, più esattamente, dipinti sui muri con una vernice di colore rosso o nero, a lettere capitali, solitamente piuttosto alte e sfinite, in spazi appositamente scelti e preparati con un fondo bianco ottenuto mediante una scialbatura o velatura di calce diluita”.

⁷⁶ LO CASCIO, E., “La vida pública”, en *Pompeya. Historia, vida y arte de la ciudad sepultada*, trad. Esp. Barcelona, 2004, p. 57: “Aparte de que las elecciones eran libres, un estudio analítico de los *programmata*, con la lista de *rogatores* individuales y colectivos, muestra que no pudieron ser producto de los <comités electorales> de los candidatos individuales, sino la forma mediante la cual los propios electores, individualmente o en grupo, se implicaban en lo que se ha definido, no sin razón, como la <fiebre electoral> en Pompeya. Este fervor estaba justificado porque las elecciones eran, sin duda, auténticas y competitivas, y las campañas electorales estaban orientadas a catalizar el consenso popular: si no fuese así, deberíamos considerar los *programmata* como una enorme ficción, un hecho ritual”.

⁷⁷ CIL 4. 1147, en donde invitan a votar a jugadores de balón.

⁷⁸ CIL 4.7679.

⁷⁹ CIL 4. 581; STACCIOLI, R.A., *Manifesti elettorali nell'antica Pompei*, cit. p. 155, cuando afirma que seguramente los dos nombres de la firma sean ficticios, así como la propaganda, escrita con mucha ironía: “I *scribibi* sono infatti dei sostenitori che gettano discredito e comunque assai poco credibili. L'ipotesi che gli avversari intendessero denigrare *Marcus Cerrinius Vatia*, appartenente a una *gens* (*Cerrinia*) diffusa nella

A mayor abundamiento, dentro de la estrategia verbal, conviene saludar a los posibles votantes por su nombre, ya que tal gesto de cercanía es siempre interpretado como una muestra de interés del candidato hacia los demás, de acuerdo con *Comm.* 41:

Quoniam de amicitiiis constituendis satis dictum est, dicendum est de illa altera parte petitionis quae in populari ratione versatur. Ea deiderat nomenclationem, blanditiam, adsiduitatem, benignitatem, rumorem, speciem in re publica.

Con clara intención de captar la atención de Marco Tulio Cicerón, el autor del *Commentariolum* utiliza el verbo “exigir” cuando se trata de saber cómo se llaman los futuros electores, afirmando que la campaña exige el conocimiento de los nombres, a fin de poder ganarse la voluntad popular⁸⁰. Sin embargo, en la Roma de finales de la República resulta difícil creer que un candidato pudiera saberse los nombres ni tan siquiera de las familias más importantes de la ciudad, ya que la emigración pujante proveniente de otras partes de Italia, como era el caso de los Cicerón, hacía del todo imposible saber los nombres de estas oligarquías.

Para resolver esta dificultad existía el *nomenclator*⁸¹, personificado en la figura de un esclavo, que debía aprenderse de memoria los datos más importantes de las personas de mayor renombre de la ciudad, para susurrárselos al candidato cuando se encontrase con los miembros de estas familias paseando por el Foro o en cualquier otro lugar. De este modo, al saludar de forma adecuada al rango que poseía una determinada persona, el aspirante político sumaba apoyos a su candidatura, al halagar al destinatario de su saludo público, reconociéndole como ciudadano de especial y elevada condición social.

El *nomenclator*⁸² iba en la comitiva de su amo, ayudándole a ofrecer sus respetos a los conciudadanos a la vez que les pedía el voto. Era sin duda, un magnífico reclamo publici-

Campania e nel Sannio e molto popolare, è rafforzata dalla constatazione che in altri due <manifesti> egli viene <sostenuto> dai *dormientes universi* e dai *furunculi*. Il fatto poi che tutti questi <manifesti> siano stati scritti lungo la stessa strada potrebbe indicare che essa (con i suoi abitanti) fosse il centro delle ostilità contro Vazia (oppure il luogo dov’egli risiedeva)”.

⁸⁰ La necesidad del apoyo popular se percibe a lo largo de todo el Tratado, como sucede por ejemplo en *Comm.* 42: *Primum id quod facis, ut homines noris, significa ut appareat, et auge ut cottidie melius fiat. Nihil mihi tam populare neque tam gratum videtur. Deinde id quod natura non habes induc[e] in animum ita simulandum esse ut natura facere videare. Nam comitas tibi non deest, ea quae bono ac suavi homine digna est, sed opus est magnopere blanditia, quae etiam si vitiosa est et turpis in cetera vita, tamen in petitione necessariast. Etenim cum deteriozem aliquem adsentando facit, tum improba est, cum amiciorem, non tam vituperanda, petitori vero necessaria est, cuius et frons et vultus et sermo ad eorum quoscumque convenerit sensum et voluntatem commutandus et accomodandus est.*

⁸¹ *Vid.* sobre este peculiar oficio de esclavo, el trabajo de VOGT, J., “Nomenclator. Vom Lautsprecher zum Namenverarbeiter”, en *Gymnasium* 85, 1978, pp. 327-338.

⁸² *Vid.* al respecto, CHENOLL ALFARO, R. R., *Sobornos y elecciones en la república romana*, Málaga, 1984, p. 32: “Detalle de suma importancia que daba la impresión de verdadera amistad era llamar a las personas por

tario⁸³, soporte de la campaña electoral de todo *candidatus*, desempeñando el papel de un asesor de imagen que ayudaba a reforzar su estrategia electoral. Con todo, en el texto que nos ocupa, el *Commentariolum*, no se cita de forma explícita la recomendación de utilizar a un *nomenclator*⁸⁴ a los fines de la campaña electoral de Cicerón, seguramente para evitar críticas a un oficio que era ilegal desde hace años⁸⁵, aunque en la práctica siguiera existiendo como si nada.

No se podía preparar publicidad electoral para repartir en actos públicos multitudinarios determinados previamente ya que la campaña electoral en Roma no preveía la celebración de actos de este tipo, que permitiesen a los candidatos exponer su programa y confrontarlo con los adversarios. Del mismo modo, era incompatible con la mentalidad romana el pedir de forma explícita el apoyo para un candidato, ya que se entendía que ensombrecía o viciaba la voluntad de quien iba posteriormente a ejercer su derecho al voto⁸⁶. Por eso, uno de los aspectos más importantes a tener en cuenta era la ostentación, el mostrar las fuerzas con las que se contaba de cara a los comicios, lo que se reflejaba en los acompañantes⁸⁷ asiduos del político, de todo tipo y condición, signo de éxito y por lo tanto publicidad real de la imagen y el poder del candidato⁸⁸.

su nombre, personalmente, aunque la costumbre de usar un voceador profesional (*nomenclator*) era común a pesar de los disgustos que ello acarrearba a los espíritus puristas y de que hubo leyes que lo prohibieron”.

⁸³ PINA, F., “La campaña electoral en Roma”, en *El manual del candidato de Quinto Cicerón*, cit. p. 75: “En una sociedad sin publicidad organizada, estos esclavos especializados –y cotizados, indudablemente, dada la importancia de su cometido– se convirtieron en auténticos soportes publicitarios”.

⁸⁴ Sí aparece el consejo de Quinto a su hermano de que no parezca cuando saluda a los demás un *nomenclator*, sino un verdadero amigo, en *Comm. 32: Neque id tamen satis est, tametsi magnum est, sed consequatur spes utilitatis atque amicitiae, ne nomenclator solum sed amicus etiam bonus esse videare...*

⁸⁵ PLUT. *Cat. min.* 8.2.

⁸⁶ Cfr. RIBAS ALBA, J.M., *Democracia en Roma. Introducción al derecho electoral romano*, cit. p. 295, en donde añade: “Sin embargo, conforme la vida política romana se hacía más compleja y aumentaba el número de votantes potenciales, inevitablemente los candidatos fueron recurriendo a prácticas electorales no conocidas o escasamente practicadas en la época arcaica: la petición organizada del voto y, en casos extremos, la corrupción electoral mediante la ejecución o promesa de donaciones de diversa naturaleza: no sólo de cantidades de dinero sino a través de la invitación a banquetes o la realización de juegos”.

⁸⁷ Aquí entra el debate sobre la relación patrón-cliente siempre presente en Roma, sobre la que se pronuncia LAURENCE, R., “Rumour and Communication in Roman Politics”, en *Greece&Rome*, 41, 1, 1994, pp. 64-65: “This is not to deny that the patron-client relationship was important in Roman politics. Its importance in the dissemination of political knowledge to Roman citizens should not be underestimated. It is the aspects of communication, associated with patron-client relationships, that were a factor in the formation of political opinion at Rome”.

⁸⁸ PINA POLO, F., *Marco Tulio Cicerón*, cit. p. 97: “En realidad, la campaña no era una cuestión de ideas, sino ante todo de imagen. Se trataba de proyectar frente a la sociedad una imagen amable que permitiera al candidato atraerse el apoyo de diferentes grupos sociales, mostrándose dispuesto a satisfacer en cada caso sus aspiraciones, aunque esto planteara contradicciones, disculpables en el contexto electoral”, trayendo a colación parte del *Comm. 53: nec tamen in petendo res publica capessenda est neque in sanatu neque in contione, sed haec tibi sunt retinenda ut senatus te existimet ex eo quod ita vixeris defensorem auctoritatis suae fore...* en el sentido de evitar durante la campaña intervenir en asuntos públicos, tanto en el Senado como en las asambleas, para que el Senado aprecie que será un defensor de su autoridad.

Para ello existía la *adsectatio*⁸⁹, séquito⁹⁰ que acompañaba y arropaba al *petitor* en su búsqueda incesante de votos para su causa política, y al que se podía acceder de tres formas distintas: Primero, a través de la *salutatio*⁹¹, o saludo realizado al candidato cada mañana; también escoltando al hombre político cuando iba al Foro, lo que se conoce como *deductio*; por último, estando con él todo el tiempo se entraba a formar parte de su séquito, como *adsectatio* en sí misma, según la información proporcionada por el *Comm.* 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 potest quantum sis in ipso campo virium ac facultatis habiturus. Huius autem rei tres partes sunt, una saluatorum [cum domus veniunt], altera deductorum, tertia adsectorum.

La denominación moderna de los miembros de la *adsectatio* se corresponde con la de agentes electorales al servicio del candidato, procurándole en todo momento el apoyo incondicional para que pueda lograr el éxito al final de la campaña electoral. En el caso concreto de Cicerón, estos agentes electorales deben ser lo suficientemente importantes para ayudarle a conseguir su objetivo. Aquí interviene el pragmatismo claro de Quinto, al aconsejarle a Marco que debe conseguir los votos de las 18 centurias de caballeros, y para ello le pide que cultive la amistad de los jóvenes caballeros, hijos de *equites*, atrayéndolos a su causa, como se desprende de *Comm.* 33:

Iam equitum centuriae multo facilius mihi diligentia posse teneri videntur. Primum cognosce equites (pauci enim sunt), deinde appete (multo enim facilius illa adulescentulorum ad amicitiam aetas adiungitur); deinde habes tecum ex iuventute optimum quemque et studiosissimum humanitatis; tum autem, quod equester

⁸⁹ SUÁREZ PIÑEIRO, A. M., “La reforma del sistema electoral romano durante el último siglo de la República”, *cit.* p. 429: “El candidato ha de mostrar su fuerza potencial rodeándose de numerosos seguidores, que conformarán un auténtico séquito”, añadiendo que el aspirante debía mostrar amabilidad y generosidad en sus paseos, “con el uso de regalos (*largitiones*) para ganarse la popularidad entre el electorado”.

⁹⁰ *Vid.* al respecto, Rec. de NIPPEL, W. a YAKOBSON, A., *Elections and Electioneering in Rome. A Study in the Political System of the Late Republic*, Stuttgart, 1999, en *The Classical Review*, 50, 2, 2000, p. 519: “Y. rightly states that the *salutatores* and *adsectatores* who floated between candidates within the city cannot be considered dependent clients, but he does not address the problem whether the motivation of rural voters to attend the polling was essentially influenced by a sense of obligation to follow the recommendation of their patrons”.

⁹¹ LAURENCE, R., “Rumour and Communication in Roman Politics”, *cit.* p. 65: “Contact between a patron and his clients occurred primarily at the residence of the patron. At dawn the clients would have arrived for the *salutatio*, and some would have been let into the *atrium* of the house; subsequently many of those present would have followed the patron down to the Forum or other destinations in the city. Patron seem to have differentiated between their clients and valued them accordingly. From 123 B.C. there had been a policy amongst patrons of dividing their clients into three groups at the *salutatio*: there were those whom the patron saw individually, those he saw in small groups, and those he addressed as a group”.

ordo tuus est, sequentur illi auctoritatem ordinis, si abs te adhibebitur ea diligentia ut non ordinis solum voluntate sed etiam singulorum amicitias eas centurias confirmatas habeas. Iam studia adulescentulorum in suffragando, in obeundo, in nuntiando, in adsectando mirifice et magna et honesta sunt.

Sin duda el papel de estos jóvenes⁹² como propagandistas de la campaña de Cicerón tuvo que ser de gran utilidad e importancia para conseguir la victoria, al margen de que ellos mismos salían ganando en la contienda electoral, ya que se estaban dando a conocer en los mejores círculos de la vida pública romana y esto sin duda les podía servir en el futuro en su propio *cursus honorum*, si el candidato al que apoyaban salía elegido.

Resulta claro que además de las virtudes personales y sociales del candidato⁹³, su posición económica tenía que ser desahogada, es decir, tenía que poseer suficientes recursos económicos para poder hacer frente a los gastos derivados de su campaña electoral. No será la *prensatio* o apretón de manos la que le suponga un gasto, pero sí los componentes de su séquito, ya que los deberá atender debidamente. Y todo ello al margen de los regalos publicitarios con los que domeñar distintas voluntades⁹⁴. Así, tendrá que celebrar banquetes fastuosos, los *epulae*, con motivo de funerales, juegos o triunfos; hacer repartos públicos, los *congiaria*, por ejemplo de aceite si hay juegos, o celebrar unos *munera* funerarios que exalten las virtudes de la familia del candidato. A tal punto llega el interés por estos actos publicitarios, que en ocasiones se retrasaron los *munera* hasta fechas próximas a los comicios, a fin de que los futuros votantes pudiesen comprobar las excelencias de los miembros de la familia del aspirante a un cargo político.

Refiriéndonos en concreto a uno de los espectáculos más reclamados por el pueblo, los combates de gladiadores, no recogidos en el calendario oficial de espectáculos hasta al parecer el año 105, debemos recordar que son sufragados por particulares que conociendo el enorme éxito de estos espectáculos lo utilizarán como herramienta electoral para atraer a

⁹² Y en general de los jóvenes nobles, como se infiere de *Comm. 6: Praeterea adulescentis nobilis elabora ut habeas vel ut teneas studiosos quos habes. Multum dignitatis adferent. Plurimos habes; perforce ut sciant quantum in iis putes esse. Si adduxeris ut ii qui non volunt cupiant, plurimum proderunt.*

⁹³ *Vid.* al respecto, PINA POLO, F., “Ideología y práctica política en la Roma tardorrepública”, *cit.* p. 75: “Por consiguiente, individualismo y competencia son dos importantes características que definen la práctica política durante el siglo I a.C. Ambos rasgos son lógicos si tenemos en cuenta que estamos refiriéndonos a una época en la que las inmensas oportunidades de enriquecimiento que la expansión imperial proporciona, posibilitan teóricamente una promoción social como seguramente nunca antes había existido en la sociedad romana”.

⁹⁴ CHENOLL ALFARO, R. R., *Sobornos y elecciones en la república romana*, *cit.* p. 34: “Otro punto vital de la campaña electoral era la generosidad: con la familia, que no alcanzaba el exterior directamente, pero que se dejaba ver en las alabanzas de los amigos; con los conciudadanos, dando juegos o entradas para éstos, banquetes, raciones de comida, dinero. Todo ello personalmente o mediante amigos, cauta manera de evitar un proceso criminal o al menos de salir absuelto”, añadiendo en p. 151: “Se podría decir que la generosidad era quizás un punto a favor para ser elegido, pero que junto a ella había otros factores a tener en cuenta, por ejemplo: las clientelas y el aparato que rodeaba al mismo candidato”.

su causa a los amantes de este tipo de lucha, al punto de que cualquier combate se convertirá en un acontecimiento social de gran magnitud⁹⁵. Resulta obvio que, a la vista de la enorme aceptación de este tipo de juegos entre el pueblo de Roma, la política imperial absorbe la posibilidad de celebrar estos espectáculos, monopolizando la celebración de estos combates, sometidos ahora al designio del emperador⁹⁶.

Existen otras formas de publicitar electoralmente a un candidato, pero entran dentro de la ilegalidad⁹⁷. El reparto de dinero entre los posibles votantes, llevado a cabo por los *divisores* en las distintas unidades de voto, es claramente un soborno electoral⁹⁸, perseguido a través de la *lex Calpurnia de ambitu*⁹⁹ en el 67 a.C., que suponía para los condenados el quedar excluidos a perpetuidad de las magistraturas y del Senado¹⁰⁰. Si bien es cierto que existía abundante legislación dirigida a reprimir los sobornos y cualquier tipo de práctica ilegal que se pudiese utilizar para conseguir réditos electorales, no es menos real que los que procuraban el éxito en obtener votos de cualquier modo posible no escatimaban medios para rodear la legalidad y conseguir el objetivo perseguido, que no era otro más que el obtener de sus conciudadanos más votos que sus contrincantes en un proceso electoral.

⁹⁵ AUGUET, R., *Crueldad y civilización: Los juegos romanos*, trad. esp. Barcelona, 1985, p. 11. “Dejados, pues, a la iniciativa de cualquier ciudadano adinerado, estos espectáculos, por razón de su popularidad, pasaron a ser un instrumento ideal de propaganda y de publicidad para aquellos que soñaban con carreras fuera de serie y con éxitos electorales fulgurantes: era un medio fácil para ganarse la voluntad de la plebe. El Senado no tardó en darse cuenta de ello”.

⁹⁶ *Ibid.* p. 14: “En Roma, por lo menos, todos los combates de gladiadores, con la única excepción de los que tenían lugar en diciembre, son ofrecidos al pueblo por el Emperador. Él es quien determina la importancia de dichos combates, su duración, la fecha de su celebración: en general, procura celebrarlos en circunstancias memorables, aniversarios, inauguraciones, victorias”, recordando que aunque no se prohíbe expresamente que los juegos los celebre un particular, pocos se atreverán a convertirse en rivales del emperador, por lo que los *munera* imperiales son los que ahora brillarán a la hora de ofrecer espectáculos al pueblo romano.

⁹⁷ *Vid.* al respecto, SUÁREZ PIÑEIRO, A. M., “La reforma del sistema electoral romano durante el último siglo de la República”, *cit.* p. 431, cuando señala que “la corrupción electoral no es un fenómeno de la tardía República, sino que se constata su presencia desde el s. III a.C.; se acentuará en este período, por las propias circunstancias socioeconómicas que vive Roma (incremento de la riqueza y la competitividad) aunque sin convertirse en la única protagonista de la vida política”.

⁹⁸ Sobre la legislación que recoge el *ambitus*, WALLINGA, T., “*Ambitus* in the Roman Republic”, *cit.* pp. 413 y ss.

⁹⁹ YAKOBSON, A., “*Petitio et largitio*: Popular Participation in the Centuriaty Assembly of the Late Republic”, en *JRS* 82, 1992, p. 37: “The danger was real: a decree of the Senate had just been passed warning the candidates that providing feasts and games to the people *passim* or *tributum* infringed the *Lex Calpurnia de ambitu* (Cic., *Mur.* 67). The example of Autronius and Sulla, consuls-elect for the year 65, who had been prosecuted for bribery, convicted, deprived of the consulship and exiled, must have been fresh in everybody’s memory”.

¹⁰⁰ *Vid.* al respecto, WALLINGA, T., “*Ambitus* in the Roman Republic”, *cit.* p. 426: “Its provisions were as follows: people convicted of *ambitus* lost their magistracy and their seat in the senate; they lost the right to run for office again and were fined as well. Apart from the candidates, this law probably also punished the *divisores*, the *tribus*’ paymasters, because the latter group angrily besieged Piso when he wanted to put his proposal to the vote, and forced him to fly from the Forum until he could return with an armed escort”.

V. CONCLUSIÓN

La conclusión después de asomarnos a la realidad romana no puede ser otra más que la siguiente: la publicidad electoral estaba presente en la vida política, existían muchas formas de propagar las bondades, virtudes y cualidades del candidato que se postulaba para un cargo, quedando claro que se valoraba la influencia que una determinada propaganda podía tener en los futuros votantes. La publicidad formaba parte de la vida cotidiana, invadiendo espacios privados y públicos, con mensajes escritos, mediante la oralidad, o con imágenes persuasivas y sugerentes, de todas las formas posibles y en todos los espacios que se pudiesen ocupar, en un intento claro de mediatizar la objetividad del voto del pueblo romano. Pero el soporte publicitario más importante no era ninguna valla situada estratégicamente –lo que vendría a ser un mausoleo funerario en tiempos de Roma situado a lo largo de una vía muy transitada, como publicidad estática– sino el propio candidato, con su habilidad y carisma a la hora de enfrentarse a su propio electorado. El *candidatus* capaz de transmitir a los ciudadanos su capacidad de liderazgo y de llevar a cabo los mejores proyectos para la ciudad sería el vencedor, porque la cercanía y la transmisión personal del programa del postulante eran requisitos imprescindibles a la hora de comenzar la carrera electoral. A medida que la Urbe crecía era más difícil la cercanía con el pueblo, pero se agudizaba el ingenio para poder publicitar los logros pasados y las promesas futuras ante quiénes debían depositar su voto de confianza en los distintos aspirantes a un cargo. Roma conoció la publicidad electoral, la dignificó como forma de acercar el programa de un candidato a los destinatarios del mismo, para más tarde modificar los métodos de propaganda existentes a medida que el tiempo y la realidad impusieron otras formas de proceder en la vida pública.