

historia: fronteiras



Vol. I

Eunice Nodari
Joana Maria Pedro
Zilda M. Gricoli Iokoi
(organizadoras)



Volume I

História: Fronteiras

XX Simpósio Nacional da ANPUH

Florianópolis-SC

Julho de 1999

ANPUH

Humanitas
FFLCH/USP

1999

AÇÃO POLÍTICA E PROPAGANDA DENTRO DAS FRONTEIRAS DO IMPÉRIO ROMANO

Ana Teresa Marques Gonçalves
Universidade Federal de Goiás

No Império Romano, para ascender ao governo ou permanecer nele, todo homem precisava de apoio. Nenhum comandante governava sozinho sem estabelecer em torno de si relações de patronagem ou clientela – entre outras formas possíveis de aliança – que o auxiliavam a ter grupos sociais que pudessem lhe favorecer. Estes grupos o auxiliavam, entre outras coisas, a controlar e/ou debelar focos de oposição ao governo que em algum momento aparecessem.

A bibliografia existente sobre o Alto Império Romano está muito mais preocupada em perceber como o Império conseguiu se constituir e se manter enquanto uma forma de governo diferente da República, do que notar como se organizou a resistência a esta implantação. Passou-se de um governo aristocrático, baseado na existência de um *cursus honorum* de funções públicas e de assembléias, para um governo baseado na força, no caráter e nas decisões de um só homem, circundado pelos grupos que o apoiavam. É a figura do *princeps inter pares*, de onde advém o termo Principado. Para manter a extensão territorial conquistada a partir do III século a. C., fez-se necessária a existência de um líder único, dentro da expectativa de um herói providencial, e que acabou por se personalizar na figura de Otávio Augusto, o qual reunia sob sua égide os poderes civis (tribunato), militares (consulado) e religiosos (pontificado máximo), poderes estes antes divididos entre os aristocratas. Os poucos trabalhos que existem sobre oposição ao governo imperial e as possíveis formas de se demonstrar descontentamento ao governo e ao seu

governante estão concentrados nestes primórdios do Principado, possivelmente pela abundância de fontes do período (como as obras de Tácito e Suetônio, por exemplo). Estas obras, como a de Gaston Boissier, *L'Opposition sous les Césars*, de 1905¹, que acabou por influenciar e inspirar as obras posteriores sobre os movimentos oposicionistas (como a de Ramsay Macmullen, 1992², e o tomo 33 da Fondation Hardt, 1987³), somente estudam as três primeiras dinastias do Principado: os Júlio-Cláudios, os Flávios e os Antoninos.

Estas obras defendem a existência de uma oposição sempre expressa por meio de movimentos frágeis, débeis e desorganizados, entre outras qualidades desabonadoras⁴. Realmente a oposição passou a ser dirigida ao imperador e às suas ações enquanto chefe de Estado e homem público, mas ela não se tornou, por isso, menos profunda ou coerente.

Falar de oposição e de apoio ao imperador é falar de poder, e o poder no Império se tornou predominantemente pessoal; daí os movimentos de oposição serem também pessoais. O Estado era pensado como um prolongamento daquele que governa. Se o imperador era bom intrinsecamente, seus atos eram bons e seu governo era bom. Se o imperador se revelava mau, por intermédio de seus atos, o governo era mau e deveria ter um termo. Lembremo-nos de que a única forma de retirada de um homem do poder era mediante a sua supressão capital, por isso os movimentos mais comuns de oposição visavam o assassinato do imperador, como intrigas palacianas, tumultos e levantes militares.

Optamos por estudar algumas faces e manifestações deste poder no período dos Severos, pois há ainda poucos trabalhos sobre os movimentos de oposição e as formas de se lidar com ela neste momento histórico, que se estende de 193 a 235 d.C., passando pelos governos de Septímio Severo (193-211 d.C.), Geta (212 d.C.), Caracala (212-217 d.C.), Macrino (217-218 d.C.), Heliogábalos (218-222 d.C.) e Severo Alexandre (222-235 d.C.).

Naquele tempo, havia quatro formas principais do imperador lidar com os grupos de apoio e de oposição que se criavam no seu governo, ou seja, quatro formas principais de controlar e/ou suprimir os movimentos oposicionistas, de forma a tentar

integrar seus participantes aos grupos de apoio. Em primeiro lugar, havia a cooptação feita por meio das *adlectiones*, isto é, as inscrições de cavaleiros na hierarquia senatorial patrocinadas pelos governantes, e que podiam ser divididas em três graus: *adlectus inter praetorius* (cavaleiro inscrito para exercer a pretura), *adlectus inter quaestorius* (cavaleiro inscrito para exercer a questura), e *adlectus inter tribunicius* (cavaleiro inscrito para exercer o tribunato da plebe). Por estas inscrições, os imperadores colocavam em posição de destaque equestres de sua confiança, fornecendo-lhes o dinheiro para o censo e utilizando os dispositivos da *comendatio* e da *nominatio* para a escolha dos novos magistrados. No caso específico da plebe, principalmente a da cidade de Roma, seus integrantes recebiam as benesses de distribuição de grãos e moedas⁵.

Em segundo lugar, haviam as leis, que serviam como formadoras ou explicitadoras de comportamentos sociais considerados adequados. No período severiano, temos a ação de três grandes juristas junto ao governo imperial: Papiniano, Júlio Paulo e Ulpiano, que ocuparam a Prefeitura do Pretório, comandando a Guarda Pretoriana e propondo leis.

Depois temos a coerção, ou seja, a eliminação capital dos opositores e de seus filhos para que não assumissem a função de vingadores dos pais.

E finalmente, a propaganda imperial, isto é, o conjunto de símbolos, idéias e imagens que eram postos sobre o corpo do governante ou espalhados pelo Império, formando em seu conjunto a mística imperial. Assim, o imperador procurava mostrar que ele próprio era a resposta aos anseios e interesses dos diversos grupos sociais.

O estudo da propaganda imperial permite que se integre a análise de fontes textuais (como as obras de Herodiano e de Dion Cássio, a *História Augusta* e os *Breviários*), com o estudo de fontes arqueológicas, principalmente as de caráter numismático e epigráfico, já que muitos destes símbolos, idéias e imagens eram divulgados na ausência do imperador em pessoa, por meio de moedas e de inscrições em construções públicas, em placas co-

memorativas e/ou em pedestais de estátuas, coletadas em catálogos numismáticos e no *Corpus Inscriptionum Latinorum*.

Há duas formas de propaganda a serem estudadas: a que é feita na presença do imperador, mediante os símbolos que ele porta e a liturgia básica de seu cargo; e a que é implementada durante sua ausência, como as estátuas para culto imperial, as inscrições públicas relatando vitórias nas fronteiras, as moedas que circulavam dentro e fora do *limes* etc. Estas obras, por sua vez, mantinham viva a presença dos imperadores em locais públicos e privados, ao mesmo tempo que os apresentavam como grandes construtores.

Segundo Jacques Godechot, propaganda é a arte da persuasão e sua maior característica é ser um processo temporário, ocasional, disperso e às vezes inconsciente⁶. Já para Antonio Sandmann, propaganda é a difusão de idéias, especialmente políticas, por meio de vários canais de comunicação de mensagens, que procuram persuadir, convencer e levar à ação utilizando-se de imagens, representações e palavras⁷. Aproximamo-nos mais, entretanto, das idéias apresentadas por Jacques Ellul, em *Information and Propaganda*, no qual propaganda é definida apenas como o simples mas importante ato de organizar, selecionar e divulgar informações, usando de persuasão, síntese e imagens presentes na memória dos receptores das mensagens. As informações divulgadas dizem respeito a fatos significativos já ocorridos ou a acontecerem, e atingem as pessoas de forma diferenciada⁸. O termo propaganda começou a ser usado no século XVII, a partir da criação da *Congregatio de propaganda fide*, isto é, “Congregação da fé que deve ser propagada”, em 1622, em Roma, com a finalidade de divulgar a fé cristã. Este termo propaganda começou, assim, a expressar a idéia de dever e de necessidade de se propagar informações. Seu uso se expandiu na França durante a época napoleônica, quando se criaram instâncias políticas específicas para a organização de uma propaganda dos feitos de Napoleão Bonaparte⁹.

Antônio A. Tavares tem um conhecido livro, intitulado *Impérios e Propaganda na Antigüidade*, no qual ele estuda a formação de ideologias imperialistas em vários momentos da História e a conseqüente formação de impérios territoriais extensos. De

acordo com ele, na formação dos impérios intervieram as armas, a força da ideologia dos grupos dominantes e a difusão destas ideologias ou propaganda. Enfatiza ainda que “difusão” e “propaganda” são palavras etimologicamente sinônimas. Para vencerem e se imporem, foi necessário persuadir, convencer, fabricar o consenso. Para Tavares, a propaganda deforma a realidade e está sempre no domínio do sutil e do capcioso¹⁰. Isto porque o autor parte de uma antiga concepção de que a propaganda é a materialização da ideologia, e esta é sempre vista como algo negativo. Como Georges Duby, acreditamos que a ideologia pode até ser deformante, já que é uma arrumação de informações, um jogo de luzes na realidade, mas que tem uma ligação intrínseca e indissolúvel com a realidade¹¹; só se consegue entender a mensagem transmitida pela propaganda se o que for representado estiver de acordo com os símbolos aceitos em determinada época.

Concordando com Adrián Huici Módenes, inferimos que os mecanismos do poder estabelecidos, ou dos aspirantes a este mesmo poder, desenvolvem uma permanente ação de propaganda para salvaguardá-lo ou conquistá-lo¹².

No caso do período severiano, os meios de propaganda estilizados aparecem nas fontes textuais, nas quais se pode observar inúmeras passagens relativas à preocupação dos imperadores em mandarem fazer estátuas para espalharem pelo Império, ou em estimular as elites provinciais a erguerem estas estátuas em sua homenagem. Para Keith Hopkins esta ação provincial servia como expediente propagandístico e funcionava como objeto de homenagem, mais do que de culto, pois as estátuas simbolizavam a legítima autoridade do imperador e a unidade simbólica do Império sob a figura daquele que governava¹³. O imperador tem de ser reconhecido na imagem da estátua; há portanto uma idealização, mas ela tem um limite, caso contrário a mensagem acaba se perdendo. Como diz Larissa Bonfante, a similaridade da imagem do imperador é uma evidência da estreita relação entre imagem e protótipo¹⁴. Quem vê a imagem, vê o príncipe nela.

Havia quatro termos que se referiam ao ato final de esculpir em pedra: *statua*, *imago*, *signum* e *simulacrum*. *Statua* é o termo mais amplo e serve para peças esculpidas de imperadores, di-

vindades ou nobres locais. *Imago* é usado para a representação dos imperadores, principalmente em bustos. *Signum e simulacrum* designam, por sua vez, as estátuas de culto das divindades. As fontes textuais fazem bem esta distinção, pois como o imperador é mortal, sua imagem é um retrato, e não pode ser confundida com uma estátua de divindade¹⁵. O que era cultuado era o seu *genius*, sua capacidade de bem agir em proveito do Império, e não a sua pessoa¹⁶.

Caracala, por exemplo, mandou erigir estátuas suas cujo rosto lembrava o de Aquiles e o de Alexandre, o Grande, com quem queria ser assimilado; ou em honra de homens dos quais admirava o potencial guerreiro, como Sila e Aníbal¹⁷.

O poder imperial era, então, representado pelo retrato do soberano, um retrato reconhecível. Eram muito comuns as estátuas ornamentais, com o imperador em trajes de guerra, expressões da soberania imperial ou do reconhecimento das coletividades ou dos indivíduos. A iniciativa da confecção de uma estátua partia freqüentemente das elites cidadinas, sendo a imagem sempre uma produção conforme os tipos oficiais, definidos previamente por cânones já estabelecidos. A maioria das representações imperiais foram comandadas e executadas enquanto os imperadores viviam, e são reconhecidamente de grande impacto para aqueles que as observam. Eram feitas para ficarem dispostas em espaços públicos, pois se esperava que os imperadores homenageados, ao morrerem, fossem divinizados.

A imagem pública do imperador, busto ou estátua, era posta sobre uma base ou sobre um pedestal quase sempre acompanhados de uma inscrição, que identificava o príncipe homenageado e os que lhe ofereciam a obra. Nessas inscrições pode-se verificar a relação do imperador com aquela comunidade, o reconhecimento do ícone simbólico do imperador, bem como as atitudes da comunidade com suas elites. Septímio Severo, por exemplo, teve a preocupação, ao erigir suas estátuas, de fazer com que elas acentuassem sua semelhança com Antonino Pio e Marco Aurélio¹⁸, de quem se dizia herdeiro. Os Severos aumentaram muito o tamanho dos pedestais e começaram a mudar as formas oficiais de inscrições, diminuindo o espaço reservado para

os cargos ocupados e aumentando as informações a respeito de seus atos enquanto governantes, principalmente vitórias militares. Desta forma, observa-se que há sempre alusões a eventos históricos concretos¹⁹. Segundo Kotula, os elementos cronológicos da titulação tradicional desapareceram gradualmente, colocando-se em seu lugar epítetos laudativos. Neste sentido, as inscrições tornaram-se um instrumento cada vez mais forte e importante de propaganda política, pois divulgavam as qualidades dos soberanos e os méritos de seu regime. Pela análise destas inscrições, pode-se ter noção de como era o príncipe-modelo conforme os ideais da época, relacionando suas virtudes exemplares e as conseqüências desta para o Estado²⁰.

Além disso, a família imperial foi sendo sistematicamente representada junta, o que vinha enfatizar a idéia da *domus divina*. Em *Lepcis Magna*, Septímio, por exemplo, mandou erigir uma estátua sua. Em frente, pôs a de Júlia Domna, tendo as duas sido ladeadas por estátuas de Caracala e Geta. Após o assassinato de Geta, Caracala mandou tirar a estátua do irmão e colocar em seu lugar uma estátua representando a *Virtus* romana.

A existência destas estátuas coloca em relevo a legitimação da autonomia local garantida pelo respeito rendido ao poder imperial, autonomia esta de responsabilidade do imperador. Os governantes procuravam, sempre que possível, colocar suas imagens próximas a templos ou estátuas relacionadas com à Vitória e à Fortuna, temas caros aos romanos em geral, numa época de invasões bárbaras.

Com relação às moedas, elas circulavam por todo Império e até fora das fronteiras romanas, levando imagens e pequenas inscrições gravadas em seus aversos e reversos. Com as moedas, como diz António Tavares, circulava o elogio do imperador²¹. Sabemos que Roma e *Lugdunum* (Lyon, na Gália) foram as cidades que mais cunharam moedas. Como na fabricação de estátuas, havia também cânones oficiais a serem seguidos. Segundo Kevin Greene, não havia um controle direto do imperador sobre as cunhagens cidadinas, mas havia cânones previamente definidos e que eram respeitados²².

Há pesquisadores como M. Crawford, todavia, que não vêem as moedas como veículos de propaganda. Defendem que estes veículos devem causar impacto, obrigatoriamente chamando a atenção dos receptores. No caso das moedas, não eram observadas detidamente por aqueles que as utilizavam. Crawford defende ainda que a autoridade e a personalidade dos imperadores atingiam a população por meio do culto imperial, das estátuas, das construções públicas e das distribuições de benesses, e não das moedas, por isso não existia um órgão específico do governo para controlar as emissões monetárias, sendo poucas vezes descritas nas fontes textuais romanas. Para ele, as moedas só apresentavam inscrições e figuras porque este era um hábito romano. Os tipos e as legendas normalmente tinham duas funções: identificar a autoridade responsável por sua cunhagem e proclamar a mensagem de que esta autoridade estava no poder. Mesmo Crawford aceita que a moeda é um símbolo de soberania e autoridade e que nela se encontram gravadas as atividades imperiais, mas para ela se transformar num veículo de propaganda, a moeda deveria possuir um conteúdo programático e um significado menos efêmero. Reconhece, porém, que o que identifica a cunhagem de um imperador era a imagem deste imperador. Em casos de *damnatio memoriae*, não apenas as estátuas e inscrições eram atingidas; as moedas também eram raspadas²³.

O problema de analisarmos as moedas, finalmente, não é o de perceber que elas divulgam obras, feitos e virtudes do imperador, mas entender plenamente alguns de seus símbolos, pois, além de muito distantes de nossa simbologia atual, e da impossibilidade de perceber o seu impacto na população, não temos informações de como os romanos reagiam às mensagens recebidas. Contudo, nunca se deixou de tentar transmitir algo pelas moedas; não há moedas sem tipos ou legendas.

No período de Septímio Severo, várias moedas associavam-no, bem como sua família, às divindades. Há um denário em que ele e Júlia Domna são mostrados como Júpiter e Juno, enquanto Geta e Caracala aparecem como Hércules e Líber, representando a força e a fecundidade da juventude. No Museu Histórico Nacional do Rio de Janeiro há um denário de prata cujo anverso tem

a efígie da Júlia Domna e o reverso a representação da deusa Pudicícia, protetora da castidade ou do recato sexual. Esta associação transmite a mensagem de que ela possuía esta virtude, ressalta a honra feminina e mostra uma imagem que deveria ser seguida pelas súditas. Caracala tem vários denários com a legenda *Felicitas Augusti*, as boas novas, os novos tempos que o governante garantia trazer, e *Rectori Orbis*, o senhor do universo, que o associa à figura do sol. Já Septímio Severo usa muito como legenda de suas moedas o termo *Concordia*, celebrando o fim da *stásis* que marcou sua ascensão ao governo, e *Restitutor Urbis*, o reconstrutor do Império.

No que diz respeito à primeira forma de propaganda a que nos referimos, feita quando o imperador está presente, há uma passagem da obra de Herodiano que ilustra bem a importância da ostentação dos símbolos imperiais pelo governante. Durante uma batalha contra Clódio Albino, Septímio caiu do cavalo e, na queda, perdeu o manto imperial. Ao não ver mais o imperador sobre o seu cavalo e nem ninguém usando a sua insígnia, o exército quase escolheu outro imperador. Septímio havia passado despercebido frente às suas legiões porque estava sem o manto imperial²⁴. Como o imperador estava cada vez mais afastado do contato direto com os seus comandados, eram suas insígnias que o identificava. Septímio Severo também se preocupou em escrever sua biografia, na intenção de construir uma imagem que ficaria para as gerações futuras, mas tal obra não chegou até nós.

Há ainda outros meios de propaganda. Existiam festas e eventos públicos nos quais os imperadores se mostravam à população. Temos, por exemplo, os Jogos Triunfais realizados por Septímio, a entrada dos imperadores nas cidades visitadas (por exemplo, a chegada de Caracala a Alexandria), ou a apoteose de Septímio, promovida por seus filhos, que deste modo se transformavam em filhos de um *divus*, o que aumentava ainda mais sua autoridade. Havia preocupação em acumular e propagar seus títulos honoríficos e realizar triunfos após as vitórias militares. Veiculavam-se sonhos e rumores. Por exemplo, Septímio fez divulgar que vira em sonho um alto e poderoso cavalo, possuidor dos símbolos imperiais, montado por Pertinax, cavalgando pela

Via Sacra em Roma. O cavalo sacudia e derrubava Pertinax e apresentava sua sela a ele, que se encontrava por ali²⁵. Os romanos acreditavam que as divindades se utilizavam dos sonhos para enviarem mensagens e darem avisos aos humanos por seu intermédio. Além disso, os rumores têm recebido grande atenção ultimamente dos pesquisadores. Um livro lançado em 1991 por Guy Achard, *La Communication à Rome*, reserva um capítulo para analisar a força política dos rumores e os movimentos da plebe contra ou a favor dos imperadores²⁶.

Acreditamos ser interessante estudar este imaginário da época severiana porque se tem a concepção de que os Severos só teriam baseado seu poder na força dos exércitos. Como ironizam Le Gall e Le Glay, Septímio Severo devia seu trono ao exército, mas não era o primeiro²⁷. Desde Otávio Augusto, os imperadores não descuidaram de contar com o apoio de um braço armado, mas nenhum poder se mantém somente com a violência. E nem os soldados queriam só benesses materiais. Eles precisavam de um bom patrono, cuja imagem deveriam copiar. Ansiavam, como os senadores, por um líder providencial. A imagem imperial a ser divulgada deveria corresponder ao que os súditos desejavam encontrar para apoiar.

Assim, entendemos propaganda como a construção e a difusão sistemática de mensagens por intermédio de vários suportes, destinados aos vários grupos sociais que integravam a sociedade imperial, e que visavam reforçar uma imagem positiva ou negativa de determinados fenômenos, articular uma imagem do governante e estimular determinados comportamentos ligados à adesão dos súditos.

Há vozes discordantes. Paul Veyne, no texto *Propagande expression roi, image idole oracle*, defende que as imagens e festas monárquicas não eram formas de propaganda, mas apenas formas artísticas de expressão, porque não se poderia controlar os efeitos do que se produzia. Seriam meramente expressões de alegria e de arte. Como ele comenta, o rei deve exprimir sua grandeza porque ele é rei; ele não se torna rei exprimindo sua grandeza²⁸.

Paul Veyne, em seu texto, só pensa e dá atenção à ascensão ao poder e ignora os mecanismos necessários para a sua manuten-

ção. Também para ele, propaganda deveria ser algo programático e decidido por instâncias específicas, e não algo que surgia da necessidade diária de se manter o comando imperial.

Todas as formas de propaganda dependem e estão diretamente ligadas ao contexto social, econômico, político e cultural onde se constituem. Para serem compreendidas pelos receptores devem estar de acordo com os padrões e com os valores compartilhados pela sociedade de seu tempo. As insígnias ostentadas sobre o corpo e as construções empreendidas respeitam, por exemplo, o limite econômico dado pelo erário público e respondem aos anseios sociais e políticos dos diversos grupos então existentes. A propaganda não é um artifício enganoso. Ela se constitui num complemento ao braço armado, à distribuição de benesses e à formulação de alianças políticas por parte dos imperadores. O poder simbólico, isto é, a possibilidade de criar e ostentar sinais que emitem uma mensagem de poder, permite muitas vezes obter o equivalente daquilo que é obtido pela força sem dispêndio aparente de energia²⁹. E manipular estes símbolos políticos consiste em uma forma de propaganda³⁰. Os príncipes tentaram construir a imagem de que possuíam as virtudes morais, as qualidades bélicas e de gerenciamento da economia que eram exigidas de um bom governante, pois os imperadores compreendiam que tinham funções e rituais inerentes ao cargo que ocupavam e dos quais não podiam fugir. Como diz Georges Balandier, analisar o poder é sempre encontrar o imaginário e o simbólico³¹.

NOTAS

¹ BOISSIER, G. *L'Opposition sous les Césars*. Paris, Hachette, 1905.

² MACMULLEN, R. *Enemies of the Roman Order*. London, Routledge, 1992.

³ BOWERSOCK, G.W. et ali. *Opposition et Résistances à l'Empire d'Auguste à Trajan*. Genève, Fondation Hardt, t. 33. 1987.

⁴ Vide por exemplo: BOISSIER, G. *op.cit.*, p. 65; GIOVANINNI, A. Apud LE GLAY, M.; VOISIN, J.-L.; LE BOHEC, Y. *Histoire Romaine*. Paris, PUF, 1991, p.245.

⁵ SIRKS, J.B. "The size of the Grain Distributions in Imperial Rome and Constantinople". In *Athenaeum*. Pavia, n° 69, fasc. 01, 1991, p. 222.

⁶ GODECHOT, J. "La Propagande". In *Annales*. Paris, n° 34, 1952, p. 515.

⁷ SANDMANN, A. *A Linguagem da Propaganda*. São Paulo, Contexto, 1999, pp. 09-12.

⁸ ELLUL, J. "Informations and Propaganda". In *Diogenes*. Rome, n° 18, 1957, pp. 61-77.

- ⁹ SANDMANN, A. *op.cit.*, p. 09.
- ¹⁰ TAVARES, A. A. *Impérios e Propaganda na Antiguidade*. Lisboa, Presença, 1988, pp. 09-15.
- ¹¹ DUBY, G. "História Social e Ideologias das Sociedades". In LE GOFF, J. e NORA, P. *História: Novos Problemas*. Rio de Janeiro, Francisco Alves, 1988, p. 132.
- ¹² HUICI MÓDENES, A. *Estrategias de la Persuasión*. Sevilla, Alfar, 1996, p. 30.
- ¹³ HOPKINS, K. *Conquistadores y Esclavos*. Barcelona, Peninsula, 1978, p. 258.
- ¹⁴ BONFANTE, L. "Emperor, God and Man in the IV century". In *La Parola del Passato*. Napoli, n° 99, 1964, p. 408.
- ¹⁵ SMADJA, E. "Statue, Image et Culte de l'Empereur en Afrique". In *Discours Religieux dans l'Antiquité*. Besançon, Les Belles Lettres, 1995, p. 279.
- ¹⁶ REGNAUD, P. "Augur et Genius". In *Révue de l'Histoire des Religions*. Paris, n° 14, fasc. 01, pp. 67-72, 1886.
- ¹⁷ ERODIANO. *Storia dell'Impero Romano dopo Marco Aurelio*. Texto e versione di Filippo Cassola. Firenze, Sansoni, 1967. Capítulo IV.
- ¹⁸ SMADJA, E. *op.cit.*, p. 285.
- ¹⁹ KOTULA, T. "Thèmes de la Propagande Impériale à travers les Inscriptions Africaines du Bas-Empire Romain". In *Bulletin Archéologique*. Paris, n° 19, 1985, p. 259.
- ²⁰ KOTULA, T. *op. cit.*, p. 259.
- ²¹ TAVARES, A. A. *op. cit.*, p. 116.
- ²² GREENE, K. *The Archaeology of the Roman Economy*. London, Batsford, 1986, p. 50.
- ²³ CRAWFORD, M. H. "Roman Imperial Coin Types and the Formation of Public Opinion". In *Studies in Numismatic Method*. Cambridge, Cambridge University Press, 1983. pp. 47-59.
- ²⁴ ERODIANO. *op.cit.*, Capítulo II.
- ²⁵ ERODIANO. *op. cit.*, Capítulo II.
- ²⁶ ACHARD, G. *La Communication à Rome*. Paris, Clio, 1991.
- ²⁷ LE GALL, J. et LE GLAY, M. *L'Empire Romain*. Paris, PUF, 1989, p. 556.
- ²⁸ VEYNE, P. "Propagande expression roi, image idole oracle". In *L'Homme*. Paris, n° 30, fasc. 02, 1990, pp. 07-26.
- ²⁹ BOURDIEU, P. *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro, Bertrand, 1989, pp. 14-15.
- ³⁰ KAPLAN, A. e LASSWELL, H. *Poder e Sociedade*. Brasília, Edunb, 1989, p. 148.
- ³¹ BALANDIER, G. et alli. *Civilizações: Entrevistas ao "Le Monde"*. São Paulo, Ática, 1989, pp. 147-153.