

RESENHA*

BORGIES, Loïc. *Le conflit propagandiste entre Octavien et Marc Antoine: De l'usage politique de la vituperatio entre 44 et 30 a. C. n.* Bruxelles: Éditions Latomus, 2016. 518p.

Luiz Henrique Souza de Giacomo**

A historiografia sempre teve muitas restrições quanto à análise de fenômenos da Antiguidade por meio da adoção do conceito de propaganda. No entanto, ela não deixou de nos apresentar estudos que fazem reflexões a partir desse prisma. A obra de Loïc Borgies, *Le conflit propagandiste entre Octavien et Marc Antoine: De l'usage politique de la vituperatio entre 44 et 30 a. C. n.*, é uma importante contribuição para o grupo de historiadores que observam os fenômenos do passado por esse viés. Para tanto, como ponto central do estudo, o autor analisa a *vituperatio*, ou seja, os ataques políticos, entre Otaviano e Marco Antônio, no intervalo entre os eventos subsequentes aos idos de março e a batalha de *Actium*.

Esse livro de Loïc Borgies é fruto de seu Mestrado, desenvolvido junto à Université Libre de Bruxelles, entre 2014 e 2015, e publicado, em 2016, pela Latomus, com apoio do Prix du Fonds William Lameere.

Na introdução, o autor faz uma apresentação de seu estudo. Ele parte de três teses: a primeira, a de que as trocas de acusações entre Otaviano e Marco Antônio não são invenções de escritores posteriores e que tinham uma função específica: atacar a moralidade e a legitimidade do rival dentro de uma lógica da retórica da difamação; a segunda, de que, no decorrer do

* Recebido em: 29/05/2019 e aceito em: 14/07/2019.

** Doutorando em História Social pela Universidade de São Paulo. Bolsista de Doutorado da Fapesp.

Triunvirato, havia, de fato, uma disputa propagandística; e a terceira, que as acusações de Otaviano contra seu opositor já continham elementos ideológicos do que veio a ser o seu principado.

Sua discussão se inicia com uma exposição de estudos teóricos da temática da propaganda e de pesquisas que trouxeram, de alguma forma, contribuições para a observação da disputa entre os herdeiros de Júlio César por meio dessa abordagem. Loïc Borgies argumenta que as ressalvas quanto ao uso do conceito de propaganda para a Antiguidade se devem tanto ao fato de este ser carregado do contexto em que surgiu, estando diretamente ligado a uma visão de Estados autoritários, como os que existiram no período do entreguerras no século XX, quanto em razão de os antigos não o terem teorizado politicamente-filosoficamente. No entanto, ele argumenta que, tomados os devidos cuidados, o que houve entre os dois triúmviros foi, de fato, uma disputa propagandística. Para demonstrar isso, o historiador seleciona a *vituperatio* como seu objeto de análise, um meio propagandístico pouco estudado pela historiografia.

A *vituperatio* era um artifício retórico importante nos sistemas políticos antigos, como a Democracia e a República, em que a decisão era tomada coletivamente. Era a arte do convencimento. Assim, o vitupério, que era o conjunto de acusações contra o rival por meio da hostilidade, com o intuito de reforçar que o opositor não tinha legitimidade e moralidade para atuar pelo bem público, teve um papel crucial na cena política. E essas *vituperationes*, tomando como base uma classificação feita por Cícero (*De inuentiones*, II, 59), se aplicariam ao físico (*corpus*), à moral (*animus*) e ao exterior (*res extraneae*).

A estrutura adotada por Loïc Borgies em seu trabalho é tripartite, de acordo com preocupações essenciais para a sua observação, sendo elas: os temas, os públicos e as ações práticas com a *vituperatio*. Partes que compõem um todo e que dialogam entre si.

A primeira parte, “Os temas da *vituperatio*”, é dedicada à análise de seis tipos de invectivas: *ignobilitas*, *crudelitas*, *ignauia*, *genus eloquendi et scribendi*, *vitia non romana* e *tota Italia*. É um conjunto de análises de fôlego, com base em fontes antigas de diferentes naturezas, a partir das quais o autor apresenta os vários elementos que podiam ser tomados para a construção das propagandas que visavam a atacar o rival, reforçando suas más ações ou seu passado inapropriado.

Cada um desses ataques tinha um propósito próprio, porém, eles devem ser observados enquanto parte de um processo maior, pois se complementavam na construção desse retrato nefasto do rival. A *vituperatio* de *ignobilitas* se referia ao mau nascimento, ou seja, às acusações de que o rival tinha a sua origem familiar ligada a uma esfera social inferior. A de *crudelitas* procurava destacar as ações cruéis do rival, apontando que ele era uma ameaça para a República e para a *libertas*, portando características tirânicas, o que o distanciava, assim, de uma posição de *clementia*, importante virtude para os romanos. A de *ignavia* dizia respeito à covardia, principalmente dentro de um contexto militar. A de *gens eloquendi et scribent* se relacionava à prática oratória, essencial para o romano que detinha magistraturas, como um traço de masculinidade e de *virtus*. A de *uitia non romana* se desdobrava em três pontos: *invidia* e *cupiditas*; *libido*, *licentia*, *stuprum* e *mollita*; e *ebrietas*. A corrupção dos *mores* romanos é apontada pelos autores antigos como a razão do colapso da República, algo que se iniciou com as campanhas militares no Oriente. Otaviano e Marco Antônio foram alvos de críticas quanto aos seus comportamentos, seja pelos gostos materiais, seja pela forma como levavam a vida sexual, ou pela relação com o álcool. O objetivo central dessa forma de *vituperatio* era caracterizar o rival como um estranho, um estrangeiro em relação aos *mores* romanos, logo, alguém inferior e inadequado para uma carreira pública. O último tema abordado pelo autor é o da *tota Italia*, em que são trazidas as diferentes frentes de atuação de Otaviano com o objetivo de mobilizar uma opinião pública para justificar sua ação contra o rival, sobretudo a partir dos eventos posteriores a 36 a.C. no Oriente. Assim, são elencadas as *vituperationes* que visavam reforçar a influência de Cleópatra sobre Marco Antônio e o comportamento deste enquanto um oriental.

A segunda parte, “Os públicos da *vituperatio*”, tem como foco os atores e os destinatários envolvidos nesses ataques políticos, ou seja, os públicos destes. Primeiramente, Loïc Borgies reforça sua perspectiva, de caráter sociológico, sobre a propaganda, apontando que esta se alimentava de referências culturais, mentais, históricas e sociais, que as fortalecia, não sendo uma imposição de determinado grupo social, mas algo presente na ação coletiva. Além disso, a propaganda deve ser encarada enquanto uma ação mais característica da oralidade do que da escrita, em razão do pouco letramento do público de forma geral.

Em seguida, o historiador passa a detalhar quais seriam esses públicos aos quais os triúmviros se direcionavam e que participavam voluntariamente

dessas *vituperationes* entre eles. O primeiro deles é o grupo dos legionários e dos veteranos, para os quais as acusações aos rivais tinham um papel crucial no reforço da justificativa para determinada ação militar, já que construíam a identidade do inimigo. Num quadro em que os veteranos de Júlio César não encaravam os herdeiros do antigo general como rivais, mas como cesarianos, a *vituperatio* tinha um grande papel. Em sequência, o autor aponta o povo, que sempre procurava obter a paz e a prosperidade; portanto, qualquer notícia que mostrava o abalo ou o reforço desses desejos tinha grande difusão popular. Otaviano soube agir de forma mais sagaz que o rival, sobretudo por ser o único a estar em Roma, enquanto Marco Antônio acabou mantendo um conjunto de *vituperationes* mais tradicional, sempre por meio de interlocutores, em razão da sua longa permanência no Oriente.

Um terceiro grupo foi a elite romana, composta por senadores e cavaleiros que eram opositores a Júlio César. Esses tinham Otaviano como uma ameaça, por medo da vingança que ele poderia executar com relação ao assassinato de seu pai adotivo, tendo as *vituperationes* de *crudelitas* e *ignavia* grande espaço entre eles. Os dois últimos grupos são dos partidários de cada um dos triúmviros, que possuíam natureza de composição diversa, bem como interesses diferentes no tocante ao futuro da República.

A terceira parte, “A realidade material da *vituperatio*”, é o espaço no qual Loïc Borgies analisa as ações práticas no que se refere às *vituperationes*. Isso porque a propaganda é uma mensagem veiculada em determinado suporte, mesmo que não físico. Os dois primeiros suportes que ele analisa são as moedas e as obras poéticas, sobretudo com o intuito de reforçar que elas não servem para um estudo da propaganda de oposição, pois contêm em si somente elementos propagandísticos de engrandecimento.

De acordo com o autor, o impacto de uma mensagem, ou seja, de uma *vituperatio*, depende mais do canal de transmissão do que do conteúdo em si. Além disso, ela deveria ser clara, simples e de fácil circulação, apropriando-se, inclusive, de canais já existentes. Além disso, não se deve esquecer que a escrita e a oralidade, assim como as esferas pública e privada, estavam ligadas de forma indissociável no mundo romano, o que exige uma análise conjunta.

A partir desse momento de seu trabalho, o historiador passa a analisar as diferentes formas de construção e transmissão de uma *vituperatio*, trazendo à luz as fontes que utiliza, bem como aquelas utilizadas pelos autores antigos na composição de seus relatos. Aqui, ele retoma todas as acusações e

os públicos trazidos nas duas primeiras partes, mostrando como diferentes canais de transmissão e diferentes temas dialogavam entre si e coexistiam.

A primeira dessas realidades materiais são os discursos. Característicos da oralidade, também existiram na forma escrita, o que ampliava a sua circulação. As cartas foram um importante suporte em razão da sua brevidade, fácil circulação e rapidez na resposta. Inicialmente, podemos pensar que se destinavam apenas ao âmbito privado; porém, muitas delas eram lidas em público e algumas foram, inclusive, publicadas. Os *edicta Antonii*, documentos oficiais produzidos por Marco Antônio enquanto cônsul, em 44 a.C., fixados no Fórum, traziam algumas acusações de *ignobilitas* contra Otaviano. Libelos e bilhetes eram comuns entre os soldados, principalmente por sua fácil circulação, tendo, na época dos triúmviros, sido usados como meio de fomento de deserção. Os panfletos eram mais voltados a um público que preferia anedotas. Escritos por alguns antigos partidários de Marco Antônio contra ele, pouco sabemos sobre conteúdos, públicos e canais de transmissão. O grafite também foi um canal utilizado para a circulação de *vituperatio*, sendo muitas vezes anônimo e clandestino, como é o caso da *vituperatio de inuidia* contra Otaviano, recordada por Suetônio. As *actas*, espécie de jornal oficial que surgiu em 59 a.C., nas quais se encontravam notícias oficiais e do cotidiano, também eram responsáveis pela circulação de *vituperationes*. Outro canal são os rumores, muito difundidos entre 44 e 30 a.C. Por fim, as *glandes plumbeae Perusinae*, as bolas de chumbo usadas na guerra de Perusia, em 41 e 40 a.C. Nelas, havia mensagens para o campo inimigo. Sua produção demonstra a existência de oficinas mobilizadas para esse fim, não se caracterizando como uma ação amadora ou espontânea.

Por fim, Loïc Borgies conclui reforçando o papel propagandístico que as *vituperationes* tiveram na disputa política entre Otaviano e Marco Antônio nos anos que se seguiram à morte de Júlio César até a batalha de *Actium*. Os dois rivais utilizaram diferentes artimanhas, com o intuito de mostrar a diferentes públicos como o opositor não estava apto a exercer o comando da República e como eles próprios eram a melhor opção. A *vituperatio* era apenas uma das formas de propaganda possíveis nesse período, a qual não estava presa ao Fórum romano, saindo de suas fronteiras, com a intenção de difamar e aumentar a rivalidade entre os diferentes grupos de partidários e o objetivo essencial de convencer diversos públicos. Isso em todo o período escolhido, de 44 a 30 a.C., e talvez até depois, no momento da briga pela memória. O uso da retórica foi importante nesse quadro geral em que

a simplicidade, o exagero e a repetição foram amplamente utilizados e os temas constantemente retomados, pois não se tratavam de meras acusações, mas de ações com objetivos políticos claros.

As diferentes fontes existentes sobre o período trazem muitos exemplos dessas propagandas. Loïc Borgies destaca todas elas. No entanto, sua genialidade está em saber retirar desse *corpus* canônico, ao qual ele soma outras fontes pouco mencionadas pelos historiadores, os elementos propagandísticos e analisá-los de forma instigante e densa, sem perder de vista os temas, os públicos, os meios materiais e o modo como todos eles se tangenciam.

E o mais interessante é observar, junto com o autor, como todas as *vituperationes* sofridas por Otaviano se tornaram, ainda no Triunvirato e depois algo potencializado no Principado, o pilar de sua propaganda/discurso político pessoal e de seu poder. Ele constantemente procurou reforçar suas virtudes, suas origens, sua capacidade militar, mesmo que pela linha diplomática. As suas *res gestae* são um bom exemplo disso.

Muitos podem não concordar com a leitura feita por Loïc Borgies e a sua apropriação das *vituperationes* como elementos propagandísticos. No entanto, isso não retira, de modo algum, o imenso valor que o seu trabalho tem para aqueles que se dedicam ao estudo do final da República, em especial, ao período do Triunvirato. Ele traz uma análise madura, com a mobilização de fontes de diferentes naturezas e a crítica de vários historiadores sobre o assunto. A presente obra, aqui resenhada, deveria ser, sem dúvida, uma leitura obrigatória para todos aqueles que se dedicam a compreender o referido período histórico e as suas dinâmicas político-sociais.

Nota

¹ Segundo o autor, “a propaganda, enquanto instrumento de poder e de dominação, emana de uma autoridade em sentido largo, que procura controlar a informação em seu benefício. Todos os meios de comunicação à disposição de uma autoridade são mobilizados para veicular a propaganda” (p. 26).