

Premessa

Per quanto spazio voglia concedersi ai meccanismi di scelta razionale, il peso attribuito in ogni epoca alla comunicazione politica sembra avvalorare la conclusione di Serge Chakotin, eminente sociologo del XX secolo, alla cui stregua i grandi movimenti di massa, che si manifestano in sede di consultazioni elettorali o nelle azioni di piazza, non sarebbero frutto di deliberazioni coscienti degli individui che vi sono coinvolti, ma l'effetto di processi nervosi, che la psicologia classica definisce 'volitivi', provocati da energie applicate dall'esterno attraverso mezzi detti di 'propaganda'¹.

Idee individuali e concezioni collettive possono essere forgiate emotivamente, facendo ricorso ad appositi espedienti che non attingono al piano della ragione ma a quello dei sentimenti². Per il fatto di essere creatrici di consenso, tecniche di questo tipo trovano il proprio ambito di elezione nei processi di legittimazione del potere.

L'esercizio del potere, infatti, presenta aspetti problematici sia per chi è chiamato a farsene carico sia per chi lo subisce, avendo quale presupposto l'accettazione di una disomogeneità di ruoli tra i consociati. Posizioni sovraordinate possono sussistere soltanto quando la loro creazione e conservazione sia assistita da valide giustificazioni.

¹ S. CHAKOTIN, *The Rape of the Masses. The Psychology of Totalitarian Political Propaganda*, London, 1940, 33 ss.

² M. SCARDOVELLI, *Propaganda. Consapevolezza e crescita personale*, Genova, 2008, 11.

Condizione necessaria affinché un potere possa reputarsi 'giusto' o 'legittimo' dovrebbe ritenersi anzitutto la sua conformità a regole consolidate che rispondano al sentire di coloro che vi sono assoggettati. Parimenti essenziale è che l'autorità goda di un sostegno manifesto: l'esteriorizzazione del consenso vincola pubblicamente l'individuo al rispetto delle gerarchie, anche quando fosse dettata da puro opportunismo, e rende percepibili i rapporti di dipendenza anche a coloro che si collocano fuori dal vincolo di subordinazione³.

La legittimazione di un sistema politico coincide con la capacità di generare e mantenere la convinzione che le istituzioni politiche esistenti siano le più appropriate per la società, rispondendo ai suoi valori e alle sue aspettative⁴.

La conquista del favore dell'opinione pubblica richiede che questa sia messa in condizione di percepire i vantaggi che le potrebbero derivare affidando le sue sorti ad una certa guida politica, magari avvalorando l'idea della sua predestinazione ad assumere posizioni di comando⁵. Nel contesto dell'esperienza giuridica di Roma antica, un'esigenza simile venne av-

³ D. BEETHAM, *The Legitimation of Power*, New York, 1991, 64 ss.

⁴ Sui presupposti della legittimazione appaiono ancora indispensabili i contributi di M. WEBER, *Wirtschaft und Gesellschaft*, Tübingen, 1956, 23, 157, 659; ID., *Gesammelte Politische Schriften*, Tübingen, 1958, 493; S.M. LIPSET, *Some social requisites of democracy*, in *American Political Science Review*, 53, 1958, 86; R. MERELMAN, *Learning and Legitimacy*, in *American Political Science Review*, 60, 1966, 548; M. WEBER, *Economy and Society*, Berkeley, 1968, 213; D. BEETHAM, *The Legitimation*, cit., 3 ss. Alcuni esperimenti sociali hanno evidenziato del carattere abusivo di un determinato potere genera nei governati la presunzione che le sue modalità di esercizio saranno discriminatorie (M.J. HORNSEY, R. SPEARS, I. CREMERS, M.A. HOGG, *Relations Between High and Low Power Groups: The Importance of Legitimacy*, in *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29.2, 2003, 216 ss.).

⁵ Ne discute, tra antico e moderno, O. LICANDRO, 'Odium regni', 'fons olei' e 'reges uncti' da 'Augustus' alla 'res publica christianorum'. *Spigolature tra sacro e profano (giuridico)*, in M. CENTANNI, F. LOLLINI (a cura di), *Monarchia e 'arcana imperii'*. *Corpo, simboli, liturgia*, Venezia, 2023, 65 ss.

vertita con particolare intensità durante il principato, in ragione del delicato equilibrio di fattori da cui dipendeva l'esistenza di quel regime. Non cessò di rimanere attuale, però, quando l'assolutismo imperiale prese ad esprimersi in maniera compiuta.

Il connubio tra potere e propaganda non è sconosciuto all'orizzonte di ricerca della storiografia moderna⁶ ma solo spo-

⁶Per maggiore prossimità all'oggetto dell'indagine, si segnalano: J.R. FEARS, *Rome: the Ideology of Imperial Power*, in *Thought: Fordham University Quarterly*, 55.1, 1980, 98 ss.; M.A. GIUA, *Clemenza del sovrano e monarchia illuminata in Cassio Dione 55, 14-22*, in *Athenaeum*, 59, 1981, 317 ss.; P. CERAMI, *Ideologie, terminologie e realtà costituzionale, in La rivoluzione romana. Inchiesta tra gli antichisti*, Napoli, 1981, 66 ss.; E. LA ROCCA, *L'adesione senatoriale al 'consensus': i modi della propaganda augustea e tiberiana nei monumenti 'in circo Flaminio'*, in *L'Urbs: espace urbain et histoire (Ier siècle av. J.C.-IIIer siècle apr. J.C.)*, Actes du colloque international de Rome (8-12 mai 1985), Roma, 1987, 347 ss.; D. BAHARAL, *Portraits of the Emperor L. Septimus Severus (193-211 A.D.) as an Expression of his Propaganda*, in *Latomus*, 48.3, 1989, 566 ss.; G. CRESCI MARRONE, *Ecumene Augustea. Una politica per il consenso*, Roma, 1993; E.S. RAMAGE, *Augustus' propaganda in Gaul*, in *Klio*, 79, 1997, 1, 117 ss.; ID., *Augustus' propaganda in Spain*, in *Klio*, 80, 1998, 2, 434 ss.; C. ANDO, *Imperial Ideology and Provincial Loyalty in the Roman Empire*, Berkely, 2000; G. MIGLIORATI, *L'idea di guerra nella propaganda di Traiano*, in *Il pensiero sulla guerra nel mondo antico. Contributi dell'Istituto di storia antica dell'Università Cattolica di Milano*, Milano, 2001, 225 ss.; C.F. NOREÑA, *The Communication of the Emperor's Virtues*, in *Journal of Roman Studies*, 91, 2001, 146 ss.; B. RAMIREZ LÓPEZ, *El retrato de Augusto y la propaganda imperial romana*, in *Eúphoros*, 5, 2002, 71 ss.; P.M. TAYLOR, *Munitions of the Mind. A history of propaganda from the ancient world to the present era*, Manchester-New York, 2003, 35 ss.; A. LOVATO, *La propaganda imperiale e la fronda del giurista*, in M.P. BACCARI, C. CASCIONE (a cura di), *Tradizione romanistica e Costituzione*, II, Napoli, 2006, 983 ss.; M. ZIROMSKI, *Power, Legitimization and Propaganda in Imperial Rome*, in *Tyragetia*, I.1, 2007, 317 ss.; M. VASTA, *Flavian Visual Propaganda: Building a Dynasty*, in *Constructing the Past*, 8.1, 2007, 107 ss.; O. HEKSTER, *The Roman Army and Propaganda*, in P. ERDKAMP (a cura di), *A Companion to the Roman Army*, Hoboken, 2007, 339 ss.; C.F. NOREÑA, *Imperial Ideals in the Roman West. Representation, Circulation, Power*, Cambridge, 2011; F. COSTABILE, *Caius Iulius Caesar. Dal 'dictator' al 'princeps'*,

radicamento si è prestato attenzione al ruolo ricoperto dal diritto in questa speciale dimensione.

Le strategie di diffusione di messaggi propagandistici, per aspirare ad essere efficaci, devono estrinsecarsi in iniziative di portata ampia, condotte in modo uniforme e simultaneo. La comunicazione ha bisogno di fondarsi su formule costruite accuratamente, concise e ripetute con cadenza stringente. Alcuno spazio può concedersi a narrazioni alternative rispetto al messaggio ufficiale, perché potrebbero inquinare i propositi o depotenziarne i contenuti.

dal 'divi filius' al Cristo. Augusto e le maschere del potere, Roma, 2013; G. ARICÒ ANSELMO, *Numa Pompilio e la propaganda augustea*, in *Annali del Seminario Giuridico dell'Università degli Studi di Palermo*, 57, 2014, 27 ss.; T.M. LUCCHELLI, F. ROHR VIO, *'Viri Militares'. Rappresentazione e propaganda tra Repubblica e Principato*, Trieste, 2015; L. CANFORA, *Augusto figlio di Dio*, Bari, 2015; O. LICANDRO, *'Restitutio rei publicae' tra teoria e prassi politica. Augusto e l'eredità di Cicerone*, in *Annali del Seminario Giuridico dell'Università degli Studi di Palermo*, 58, 2015, 57 ss.; B.W. LONGENECKER, *Peace, Prosperity and Propaganda: Advertisment and Reality in the Early Roman Empire*, in A. WINN (a cura di), *An Introduction to Empire in the New Testament*, Atlanta, 2016, 15 ss.; M. STRECHIE, *Propaganda in Ancient Rome*, in A. IORGULESCU, M. MARCU, A.-C. STRUNGĂ, D. VLAD (a cura di), *Creative Imagination in Social Sciences*, Craiova, 2016, 50 ss.; G. NEGRI, A. VALVO (a cura di), *Studi su Augusto. In occasione del XX centenario della morte*, Torino, 2016; G.L. GREGORI, G. BIANCHINI, *'Principi optimo': un aspetto della propaganda imperiale da Augusto a Traiano nelle fonti letterarie ed epigrafiche*, in S. SEGENTI, M. BELLOMO (a cura di), *Epigrafia e politica. Il contributo della documentazione epigrafica allo studio delle dinamiche politiche nel mondo romano*, Milano, 2017, 229 ss.; A. DOMINGUEZ ARRANZ, *Imágenes del poder en la Roma imperial: política, género y propaganda*, in *Arenal*, 24.1, 2017, 99 ss.; O. LICANDRO, *Augusto e la 'res publica' imperiale. Studi epigrafici e papirologici*, Torino, 2018; D.M. ESCÁMEZ DE VERA, *Propaganda y justificación religiosa en época Flavia: Júpiter Óptimo Máximo y el Capitolio en Roma*, Madrid, 2019; M. MENICHETTI, *Augusto e la teologia della Vittoria*, Roma, 2021; A. CAFARO, *Fra realtà e mistificazione: il potere del Principe a Roma e nelle periferie dell'impero*, in A. VANNI DESIDERI (a cura di), *Le periferie e il centro: studi di storia ed epigrafia dell'Italia romana*, Fucecchio, 2022, 57 ss.

Il ricorso a norme giuridiche è in grado di contribuire al miglior conseguimento di questi obiettivi e la propaganda stessa non può svilupparsi ignorando le regole di funzionamento della società.

A tali profili sono rivolte le riflessioni condotte in questo volume. Esse riprendono, con revisioni ed ampliamenti, il contenuto della relazione *'Pater Patriae – pater familias': una insidiosa analogia* tenuta al *II Congreso Internacional y Multidisciplinar sobre el Mundo Antiguo* organizzato da U.N.E.D. Cantabria – Centro colaborador de la U.N.E.D. en Colindres il 19-20 ottobre 2023 e quello dell'articolo *Gli onori da tributare all'immagine imperiale secondo CTh. 15.4.1*, apparso in *Quaderni Lupiensi di Storia e Diritto*, 10, 2020, 99 ss.

L'eterogeneità dei piani interessati dal messaggio ideologico ha suggerito di circoscrivere l'analisi ad un numero limitato di aspetti che, più di altri, potessero risultare emblematici della realtà osservata. In questa prospettiva, l'indagine sul titolo imperiale di *pater patriae* intende fornire un esempio del modo in cui i contenuti del diritto fossero capaci di incidere su quelli della comunicazione politica. La digressione dedicata alla tutela giuridica dell'immagine imperiale si propone, invece, di segnalare il contributo che legislazione e giurisprudenza erano capaci di fornire al successo della narrazione propagandistica.

Frutto di una ricerca ben lontana dalla presunzione di consegnare risposte definitive, queste pagine sono animate dalla sincera intenzione di sollecitare il confronto su un ambito meno consueto di discussione, benché significativamente frequentato dal giuridico.

Ai proff.ri Federico Fernández de Buján, Oliviero Diliberato, Patrizia Giunti e Francesco Fasolino vanno i sensi della mia più sentita gratitudine per aver benevolmente accolto questo lavoro nella Collana 'Diritto senza tempo', da Loro magistralmente diretta.

