

Tono VIZCAÍNO ESTEVAN, *SPQR NOW. Imaginarios contemporáneos en torno a la antigua Roma*, Vitoria-Gasteiz, Sans Soleil Ediciones, 2021, 183 páginas, ISBN 978-84-121578-7-1

MARÍA JOSÉ BARRIOS CASTRO

Catedrática de Griego

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1606-8512>

[barrioscster@gmail.com](mailto:barrioscster@gmail.com)

DOI: <https://doi.org/10.24197/mrfc.35.2022.219-223>

**F**ruto de un proyecto de investigación sobre los imaginarios de la antigua Roma que llevó al Dr. Tono Vizcaíno Estevan a disfrutar de una estancia en la Real Academia de España en Roma es el ejemplar primorosamente editado al que vamos a dedicar la presente reseña. Salvo el innecesario portazgo al inglés del título, el libro en cuestión es lo que podríamos considerar un libro de autor. Ya su cubierta atrae nuestra atención al imitar una inscripción corrupta y, en parte, rehecha, sobre una piedra de mármol deteriorada. En su interior, el libro no deja de sorprendernos al combinar tipografías variadas en el prefacio y epílogo con respecto al resto de los capítulos, así como el tipo de letra diferente de la bibliografía. Si a ello le añadimos la combinación de papel satinado con papel offset y papel reciclado, el resultado es un objeto visual y táctil que responde perfectamente al imaginario del que va a tratar el autor.

El concepto de “imaginario” proviene de la sociología moderna y tiene un marcado carácter colectivo, al tiempo que resulta profundamente impreciso y anacrónico. Todo el mundo tiene una idea del Imperio Romano, pero no sabe y, reconocámoslo, tampoco le importa, si el Coliseo es de época augústea o flavia. Parece como si todo hubiera existido en una misma sincronía. En este sentido, esta obra viene a ofrecernos un recorrido por los diferentes espacios y temas en los que esa idea, absolutamente sublimada e irreal de lo que es Roma, se utiliza y reutiliza con fines propagandísticos, venables, identitarios, publicitarios, entre otros posibles.

En mis clases de Cultura Clásica me resulta, cuando menos, sorprendente encontrarme con alumnos que tienen ciertos conocimientos sobre la mitología greco-latina, principalmente acerca de los dioses olímpicos, y que muestran mucho interés por demostrar sus conocimientos. Sin embargo, cuando profundizo sobre qué es un mito y los diferentes tipos de mitos, su interés curiosamente decae. En este sentido, esta actitud responde a la idea del autor de este libro cuando dice que “el pasado vende porque resulta reconocible y conecta con ideas y valores compartidos” (Vizcaíno Estevan, 166). Se trata, pues, de una banalización de la cultura clásica y de la antigüedad. Así las cosas, un imaginario responde a una idea colectiva sobre una

civilización, un país, sin importar si ese imaginario está referido a una realidad concreta o a una cierta realidad temporal.

Tras un prefacio y una introducción donde el autor nos da a conocer el propósito de su libro y las circunstancias que llevaron a su composición, este se divide en siete capítulos, cada uno de los cuales está encabezado por un título ajustado a los imaginarios colectivos de lo que se ha entendido por Roma y el Imperio Romano: I. Mamma Roma, II. La sombra del laurel, III. Made in Italy, IV. Ruinas de oro, V. La llamada de los dioses, VI. I ♥ Roma, VII. Aeterna; a los que les sigue un epílogo, los agradecimientos y una amplia bibliografía.

A lo largo de cada uno de los capítulos el autor evidencia las relaciones existentes entre el pasado antiguo y la sociedad del siglo XXI. En ellos, el autor observa cómo arqueología y cultura de masas se imbrican, de suerte que el pasado sufre constantes revisiones y es rescatado desde lenguajes novedosos: cómics, publicidad... Este libro ofrece algo más que un simple estudio de recepción clásica; supone una visión de la proyección del pasado romano en una ciudad del siglo XXI, con especial atención en aquello que el público no suele ver por estar completamente asimilado. Así, en el capítulo primero, “Mamma Roma”, el autor analiza cómo es utilizada la imagen de la loba y los gemelos, Rómulo y Remo, en el espacio urbano, donde lo ideal y políticamente correcto prima sobre lo que subyace en el mito (Vizcaíno, 27). En el capítulo II, “La sombra del laurel”, el imaginario se ve proyectado en el callejero, más evidente cuanto más céntrica y turística es la zona. Siguiendo la ruta que recorre el autobús 715 (qué pena que el número del autobús no fuera el 753, año de la fundación de Roma) el autor analiza cómo el discurso oficial sobre el pasado ha ido cambiando según los intereses políticos del momento, modificando, eliminando o renombrando. Se puede, asimismo, observar cómo algunos nombres de emperadores, siendo objeto de lo que se ha llamado la *damnatio memoriae*, están completamente ausentes, tal es caso de Calígula, Nerón y Heliogábalo entre otros; o respecto a las mujeres que gozaron de gran autoridad en su momento, como Livia Drusila, estas han quedado relegadas, salvo excepciones, a la periferia. En este sentido resulta sumamente interesante ver cómo la figura femenina es incorporada al ámbito de lo sagrado, tanto mitológico como cristiano, frente al ámbito terrenal del varón, de donde emana el verdadero poder y, por ende, su mayor presencia dentro del espacio urbano.

Por su parte, las siglas SPQR y la loba Capitolina han sido utilizadas de diferentes maneras según los momentos históricos y los intereses políticos. En el caso de las siglas SPQR, estas simbolizaron el *commune* frente al poder papal durante la Edad Media, constituyeron un símbolo de la nueva capital en el Risorgimento y, en la actualidad, se presentan como la marca de identidad municipal. Así las cosas, el callejero y el ornato público hace distinciones y jerarquías frente a la loba y las siglas SPQR, que aparecen en todos los rincones de Roma. Como bien observa nuestro autor, estos emblemas, el uso de los emperadores, el imperio, la corona de laureles, utilizados por el discurso oficial, que legitiman y dan prestigio, pretenden

conformar el sentir colectivo en el espacio urbano, aunque se pregunta si los propios romanos comparten este relato.

El tercer capítulo, “Made in Italy”, se centra en el uso del imaginario romano dentro del consumo diario como indicador de lo que significa la buena vida, el *carpe diem* horaciano; esta idea de la buena comida y bebida se ilustra con imágenes del dios Baco, de la cornucopia o de un simple racimo de uvas; en otras ocasiones, los productos son asociados con el pasado como símbolo de tradiciones inveteradas, de la cualidad de los productos artesanales y de su origen; y si para ello es necesario recurrir al latín para poner nombre a los productos o fotografías antiguas, en la idea de que si han sobrevivido tanto tiempo es por lo bien y delicadamente que se hacían los productos en aquel entonces, no dudan en utilizar tales recursos.

En el cuarto capítulo, “Ruinas de oro”, el autor se centra en el uso de la ruina y en el fragmento: trozos de columnas, mosaicos, esculturas... restos (reales o reproducciones) que adornan las tiendas más exclusivas de las principales calles comerciales de Roma. En este sentido, el imaginario funciona como reclamo estético y teatral. La simple columna, aislada, ya, por sí sola, sirve de evocación a todo ese imaginario clásico de belleza y refinamiento si bien, al llegar en estado fragmentario, hace recordar la huella que el tiempo ha dejado en ella y su materialidad. Es lo que se ha venido en llamar, la estética del fragmento. Pero no solo es el uso de la ruina lo que ayuda a evocar, a veces, grandes empresas de moda hacen sus campañas publicitarias en lugares arqueológicos; en ambos casos, de lo que se trata es de musealizar el producto, de venderlo como si fuera una pieza digna para estar en un museo.

El quinto capítulo, “La llamada de los dioses”, aborda la cuestión del imaginario en los restos arqueológicos, del monumento como rememoración, tal y como nos recuerda el poeta Horacio en su verso *exegi monumentum aere perennius*, y que tan hermosamente evocó el poeta ruso Pushkin. En este pasado como evocación, el monumento o la ruina han sido objeto de su contextualización en su naturaleza de abandono o descontextualizado, según los gustos de cada época. De lo que se trata es de idealizar un pasado y a ello contribuyen también la utilización de entornos de realidad virtual y recursos multimedia que nos acercan a un pasado idealizado.

El capítulo sexto, “I ♥ Roma”, nos traslada al mundo del turismo de masas, el principal activador de imaginarios. Personajes vestidos de gladiadores en torno al Coliseo, hoteles y apartamentos turísticos con nombres de *domus* o Imperial Rooms, cerca de los lugares más significativos de la ciudad, desde el punto de vista arqueológico, contribuyen a la ensoñación de lo romano. También el cine ha ayudado a crear una visión idílica de Roma, donde no faltan las visitas a los lugares que han sido objetos de escenas memorables, como la Fontana de Trevi o la Plaza Navona en la “Dolce Vita” o la Bocca della Verità en “Vacaciones en Roma”. Así las cosas, en el centro histórico de Roma conviven diversos imaginarios que, a menudo, se entremezclan, de modo que podemos encontrar, por ejemplo, al Adán de la Capilla Sixtina montado en una Vespa para anunciar el alquiler de escúteres y bici-

cletas. En cualquier caso, lo que descubre nuestro autor es que los imaginarios responden a referentes de lectura fácil y reconocible y, en este sentido, no todos los monumentos pesan igual a la hora de crear los imaginarios, pues dependerá de la popularidad y visibilidad del monumento. De lo que se trata es crear una ficción del pasado, hacer de él un decorado temático, sea auténtico o no, y atraer el consumo, ya sea en forma de selfies, redes sociales o souvenirs. En este sentido, el autor podría haber incorporado servilletas de papel, como yo hallé en una de las cafeterías del centro de Roma y que aún conservo, con imágenes de los lugares más emblemáticos de la ciudad.

El capítulo séptimo y último, “Aeterna”, está dedicado a la asunción en el siglo XXI de la imagen estereotipada de la ciudad imperial. Una serie de televisión acerca de una familia perteneciente a la mafia, “Suburra”, permite al autor estudiar cómo el imaginario de la antigua Roma se ve reflejado, como seña de identidad, en los mismos tejemanejes de la mafia del siglo XXI. El imaginario también sirve para recuperar la antigua onomástica como vínculo con el pasado, así se encuentran por doquier Eneas, Romulos, Cornelias, Flavias... sepan o no cuál fue su papel en la historia y, ya desde una decisión personal, los tatuajes de la loba, las siglas SPQR o el Coliseo relacionan identidad, cuerpo y pasado en un vínculo emocional. En lo que al espacio urbano concierne, los restos arqueológicos también han entrado en lo cotidiano desde el momento en que muchas zonas son reconocidas más por el monumento que es albergado en ellas que por el propio callejero. De igual modo, expresiones cotidianas evocan la memoria del pasado, tal es el caso de expresiones italianas como “Ma sei nato al Colosseo?”, para indicar que alguien se ha dejado la puerta abierta. En definitiva, el patrimonio arqueológico se integra en la vida cotidiana de los romanos y es así como el Circo Máximo, por ejemplo, se convierte en pista de running, centro de conciertos o solárium. Tampoco el fútbol se libra del uso de los imaginarios cuando los jugadores, tras ganar un mundial, dan un paseo triunfal por el centro de Roma hasta el Circo Máximo al ritmo de la música de la película “Ben-Hur” y siendo vitoreados con “Ecco i Gladiatori” o los emblemas que diferencian los dos equipos rivales de la ciudad; así, “La Roma” tiene los colores imperiales, la loba Capitolina y los gemelos, mientras que la “Lazio” se escuda con el águila imperial y los colores blanco y celeste en homenaje a Grecia, creadora de las primeras Olimpiadas. Además, los hinchas de sendos equipos se sirven de lemas como *Veni, Vidi, Vici* o de nombres como *Legio Invicta Roma*, “Cohorte Romana”... que recuerdan las antiguas legiones para legitimar sus discursos.

También el imaginario es utilizado para ir contra una situación establecida rompiendo con la lectura oficial. Así las cosas, el Coliseo, la loba Capitolina o las estatuas pueden convertirse en medios expresivos de crítica a las autoridades.

Finalmente, el epílogo recoge una suerte de experimento en el que durante la presentación del proyecto del libro se entregaron unas tarjetas en cuyo dorso se preguntaba con cuántos SPQRs se habían encontrado en ese día los asistentes. La tarjeta pretendía que fueran conscientes de cuán asimilado está el pasado antiguo

dentro de un imaginario que, por obvio, a veces se olvida. Por otra parte, el autor observa cómo los creadores de los imaginarios ya no son los poderes públicos, sino que en este siglo XXI el principal motor es el consumo y, por ende, el turismo.

A modo de conclusión, el libro nos ofrece una amplia panorámica de cómo se vende el pasado a través de unos imaginarios reconocibles y cuyas ideas y valores son compartidos. En este sentido, nos hallamos ante el reto de enfrentarnos a colegas que tienen una visión estática de la historia y la literatura clásica como obras que están ahí inmutables: Virgilio es Virgilio, da igual el siglo en que sea leído. Con este libro podemos comprobar que cada época da su propia lectura y que toda historia por antigua que sea, como dice Benedetto Croce, es siempre contemporánea, pues reside en nuestro pensamiento y, sobre todo, en nuestra capacidad de imaginarla. El imaginario del pasado de lo que habla, principalmente, es de nuestro presente.