

EL CLIENTELISMO EN LA ANTIGUA ROMA. UNA FIGURA TAN ARRAIGADA COMO DISCUTIDA

CLIENTELISM IN ANCIENT ROME. A FIGURE AS ROOTED AS IT IS DISCUSSED

JOAQUÍN JIMÉNEZ SANTOS¹

Doctor en Derecho y Ciencias Sociales por la UNED

Sumario: *I. Introducción. II. Origen del sistema clientelar. III. Fundamentación del sistema. IV. Relaciones patrón-cliente. V. El fundamento de la “fides”. VI. Clientelismo desde la perspectiva política. VII. La sombra de la corrupción en la relación patrón-cliente. VIII. Evolución del sistema clientelar. IX. Paralelismo entre el clientelismo antiguo y la corrupción institucional moderna. X. Conclusiones. XI. Bibliografía.*

Resumen: El clientelismo en la Antigua Roma era un sistema de relaciones sociales y políticas, en la cual la reciprocidad y dependencia entre personas de diferente estatus social era la nota característica de la relación. El de estatus inferior era el cliente, mientras que el de estatus superior era el patrón. El patrón ofrecía protección, apoyo económico y asistencia legal a cambio de los servicios y lealtad del cliente. Era una relación considerada en la época como sagrada, y regida por un fuerte sentido de obligación y deber moral. Sin embargo, era una figura conflictiva y marcada por la polémica, causada en gran medida por la desigualdad social que conllevaban los privilegios y beneficios otorgados a aquellos con conexiones políticas y sociales pero que dejaban desfavorecidos a otros que carecían de dichas conexiones, por la corrupción que provocaba dentro del gobierno y las insti-

¹ Doctor en Derecho y Ciencias Sociales por la UNED. Licenciado en Derecho. Graduado en Ciencias Jurídicas de las Administraciones Públicas. Máster de Acceso a la Abogacía. joaquinjs611@gmail.com

tuciones públicas, por la inestabilidad política y por el frecuente abuso de poder de los patronos sobre sus clientes. Todo eso perpetuaba un ciclo de dependencia y sumisión que en muchas ocasiones rayaba el límite de la moralidad. A pesar de su profundo arraigo y de ser un elemento central y fundamental de la sociedad romana de la Antigua Roma, también se convirtió inevitablemente en objeto de continuas críticas y controversias, lo cual provocaba discrepancias en la visión global que se tenía de la figura, y por tanto de su conceptualización.

Palabras clave: patrón; cliente; abuso de poder; relación desigual; corrupción.

Abstract: Clientism in Ancient Rome was a system of social and political relations, in which reciprocity and dependence between people of different social status was the characteristic note of the relationship. The one with lower status was the client, while the one with higher status was the patron. The employer offered protection, financial support and legal assistance in exchange for the client's services and loyalty. It was a relationship considered sacred at the time, and governed by a strong sense of obligation and moral duty. However, it was a conflictive figure marked by controversy, caused largely by social inequality caused by the privileges and benefits granted to those with political and social connections but which left others who lacked such connections disadvantaged, due to corruption. that it caused within the government and public institutions, due to political instability and the frequent abuse of power by employers over their clients. All of this perpetuated a cycle of dependence and submission that often bordered on the limits of morality. Despite its deep roots and being a central and fundamental element of the Roman society of Ancient Rome, it also inevitably became the object of continuous criticism and controversy.

Key words: patron; customer; abuse of power; unequal relationship; corruption.

I. INTRODUCCIÓN

La Antigua Roma es una época que nos aporta infinitos recursos en muchos aspectos, pero en lo que respecta a este trabajo es indudable la valiosa aportación cultural en las tantas figuras e instituciones que han servido de estudio y exégesis a los más prestigiosos autores que se han ocupado de ello. El clientelismo en aquella época era una de las relaciones que más controversias y discusiones ha provocado en el ámbito académico, y por eso en este trabajo veremos las ca-

racterísticas más destacadas que han servido como punto de partida para un debate más que interesante sobre el tema en cuestión. Quizás saliéndome de lo tradicional, lo que pretendo con mi investigación sobre el clientelismo es evidentemente aportar un poco de luz al tan controvertido tema, pero, además crear un elemento base para que el debate se haga ameno, interesante y agradable.

Sin duda, «las redes clientelares» fueron uno de esos importantes temas que sostuvieron la esencia de la Antigua Roma, en gran parte por su repercusión y naturalidad con la que se veía en la sociedad de aquella época. Dicha institución ha sido durante mucho tiempo (y lo continúa siendo), uno de los focos principales de estudio de todo aquel apasionado de la Historia antigua y más concretamente de la época a la que nos referimos. Ello nos explica también el importante proceso evolutivo iniciado en la etapa republicana y marcada por una aparente estabilidad institucional y política², para dar paso a su etapa de máximo esplendor durante la época imperial³, y produciéndose una imponente reorganización de ella durante esta etapa. La ciencia política y la antropología ha tenido gran influencia en la visión conceptual re la relación patrón-cliente, la cual ha servido para caracterizar de forma más concreta la controvertida figura⁴.

Es necesario comenzar dando claridad al concepto de «sistema» en la sociedad romana, ya que la base sobre la que se sustenta la relación es un sistema arraigado y totalmente integrado tanto en la época republicana como en la imperial. Para ello, tenemos que saber que estas relaciones son sobre todo un conjunto funcional basado en unos vínculos perfectamente delimitados, con dos partes bien diferenciadas y estructurado en base a prácticas y aspectos sociales perfectamente acotados, pero que al mismo tiempo causa un efecto que da pie a diferentes interpretaciones y puntos de vista. El vínculo entre el patrón y el cliente se puede representar de varias formas o en estamentos sociales distintos, entre abogado y cliente, entre soldados y sus superiores, entre personas con cierto poder e influencia social y otros de baja escala social, etc.

Mas que otra cosa, creo que el punto de vista correcto en cuanto al clientelismo sería el de una institución ambigua, multifacética y fácilmente moldeable, en la que a lo largo del tiempo han ido surgiendo

² GELZER, M., (1969)., *«The roman nobility»*. Ed.: Basil Blackwell. Oxford.

³ BADIAN, E., (1958)., *«Foreign Clientelae (264-70 B.C.)»*. Ed.: At the Clarendon Press. Oxford.

⁴ NUÑEZ, J., *«El patronazgo en la República Romana, enfoques y cambios conceptuales»*. Revista de Historia universal. Universidad de Buenos Aires.

nuevas funciones, lo cual ha motivado en gran medida su evolución y persistencia durante tanto tiempo. También es importante antes de seguir que, en gran parte al menos durante la etapa republicana, todo lo que rodea al clientelismo ha estado influenciado por el juego electoral, cosa que cambió con la época imperial. Como digo el concepto en si es ambiguo, pero así y todo se deben destacar unas características esenciales que se han mantenido con el paso de los años, un carácter muy personal de la figura y la falta de formalidad en ella, una continua justificación ética y moral basada en una aparente y ficticia legalidad de la reciprocidad de la relación⁵.

En la Antigua Roma, la parte dominante de la sociedad encontró en este tipo de relación una forma muy particular de expresión y desarrollo. Algunos autores⁶, afirman que Rómulo ya vio desde muy temprano una imperiosa necesidad de estructurar la relación entre los patricios y los plebeyos, dando una forma de sumisión por parte de los plebeyos hacia los Patricios, siendo aquellos los clientes de la parte más poderosa e influyente de la relación, pero otorgando sin embargo a los plebeyos la posibilidad de elegir libremente a sus patrones, aunque bien es cierto que dicha libertad era más bien ficticia y forzada por circunstancias ajenas a la propia voluntad y libertad del cliente⁷, ya que tanto las obligaciones de uno como las facultades del otro estaban totalmente separadas por diferencias inaceptables en una sociedad más moderada.

El clientelismo en la Antigua Roma es un fenómeno que se desarrolla por factores políticos, sociales y económicos principalmente, en el que influye una estructura de clases sociales muy diferenciadas entre sí y en la que las relaciones de poder y sumisión están muy personalizadas, donde existe una gran dependencia en todos los sentidos entre el patrón y su cliente, lo cual delimita el tipo de vínculo marcadamente desigual. La desigualdad tan manifiesta en el acceso que predominaba entre las dos partes de la relación a todo tipo de recursos, la inestabilidad política y la escasez de recursos para subsistir por parte de la clase más desfavorecida de la sociedad romana, son factores que contribuyeron inevitablemente y en diferente medida al auge progresivo y la perversidad del clientelismo en la sociedad de

⁵ VOMMARO, P.; COMBES, H., (2018). «*El clientelismo político: desde 1950 hasta nuestros días*». Ed.: Siglo XXI Editores Buenos Aires.

⁶ DIONISIO DE HALICARNASO., (1984). «*Historia Antigua de Roma*». Libro segundo. 9. Trad.: Elvira Jiménez y Ester Sánchez. Ed.: Gredos. Madrid. Pág.: 169.

⁷ JIMENEZ SANTOS, J., (2023). «*De la corrupción en la Antigua Roma a las actuales formas de corrupción. Una reflexión particular sobre el blanqueo de capitales*». Tesis doctoral. UNED. Págs.: 118-119.

aquella época, escenificándose como es natural en una sociedad corrupta y desigual que menospreciaba los valores más esenciales de la vida en sociedad.

Como dice Gellner acerca del patronazgo⁸:

...es asimétrico, implica desigualdad de poder; tiende a formar un sistema amplio, a extenderse en el tiempo, o por lo menos a poseer un ethos particular, y aunque no siempre es ilegal o inmoral, a situarse al margen de la moral formal oficialmente proclamada por la sociedad...

Además, otros autores consideran que la relación patrón-cliente era la mejor forma de que las familias más poderosas nunca perdieran tal condición, sino todo lo contrario, y junto con este poder el prestigio que otorgaba en la política romana⁹. También se consideraba un medio eficaz de control social, porque, aunque el patrón en teoría no podía hacer cualquier cosa ni tenía poder para interceder plenamente por su cliente, estos sí que tenían fácil acceso a una serie de recursos no al alcance de cualquier otro ciudadano. La influencia de estos era innegable y la figura del clientelismo evolucionaba notablemente pero siempre mirando hacia los intereses de la parte más fuerte de la relación, en detrimento de la parte más débil, en este caso el cliente¹⁰.

II. ORIGEN DEL SISTEMA CLIENTELAR

Las redes clientelares de las que estamos hablando es una institución cuyo origen podemos establecer en tiempos muy remotos, pero nunca con total certeza, puesto que de una u otra forma este tipo de relación ha existido desde que la vida existe como tal. Lo que realmente nos da un punto de partida en este tema es que la época de la Antigua Roma, dado que es la que marca el punto de partida de la constancia documentada de los hechos, es la que nos sirve de referencia para cualquier investigación que queramos realizar. Así que marcaremos de forma concreta el año 753 a. C. como la génesis de todo lo que hablaremos en este trabajo. El propio Rómulo ya enlazaba a

⁸ GELLNER, E., (1986). «*Patronos y clientes*», en: GELLNER, E. y otros, *Patronos y clientes en las sociedades mediterráneas*, Trad.: Jesús Manuel Fernández, Madrid, Ed.: Júcar, Serie Historia, N°: 7. Pág.: 13.

⁹ SUAREZ PIÑEIRO, A. M., (2002). «*Sobre el papel de las relaciones de clientela y patronato en la política de la tardía republicana*», Departamento de Historia. Universidad de Santiago de Compostela. Santiago. Pág.: 557.

¹⁰ Loc. cit. JIMENEZ SANTOS, J., (2023). «*De la corrupción en la Antigua Roma a las actuales formas de corrupción. Una reflexión particular sobre el blanqueo de capitales*». Tesis doctoral. UNED. Págs.: 118-122.

los patricios y los plebeyos a través de un vínculo especial, aunque el resultado de este vínculo no resultara tal y como él lo había previsto

No cabe duda de que la Antigua Roma nos ha transmitido un importante y muy valioso legado cultural, del cual podemos extraer aspectos y costumbres que durante mucho tiempo han servido para ir configurando y dando forma a otras que posteriormente han ido formándose sobre la misma base, pero eso sí, en las que la evolución ha hecho bien su trabajo y las ha modelado conforme a lo que la época actual ha demandado. Aunque, tal y como hemos visto en el párrafo anterior y siguiendo en esa línea la investigación nos puede conducir a épocas remotas para comprobar la existencia en la sociedad romana de unas «primitivas» relaciones como la que estamos estudiando en este trabajo¹¹; sin embargo, considero también imprescindible acudir a Mommsen para esclarecer la idea de los aspectos de la vida romana que estamos viendo.

Tal y como digo, es Mommsen quien mejor nos sitúa en los primeros años de la época republicana, con la existencia de un vínculo especial entre dos miembros pertenecientes a clases muy diferenciadas de la sociedad romana al modo clientelar¹². En dicha relación existían dos posibilidades con matices bien diferenciados; en primer lugar, podía establecerse simplemente porque fuese el mismo cliente quien propusiera al posible nuevo patrón la relación clientelar, bien por una necesidad de protección y sustento por parte de este último, o bien, por necesidad de intermediación en algún asunto trascendente que requería para el cliente la ayuda de alguien con cierto poder e influencia de la sociedad romana; por otro lado, a pesar de que el cliente era consciente de la sumisión que suponía el vínculo existente, este tenía cierto control a la hora de establecer las condiciones de la relación¹³.

Resulta evidente que en el tipo de relación de la que hablamos, se debe establecer la forma en que esta se lleve a cabo, más o menos consensuada, una clara posición de dependencia de una parte sobre la otra, donde se aprecia sin ningún tipo de duda, una libertad bastante coartada con relación al cliente, quizás también influenciada por la

¹¹ DENIAUX, E., (2011). «*Patronage*». En N. Rosenstein, & M. Morstein-Marx, (Eds.) *A companion to the Roman Republic*. Págs.: Londres. 401-420.

¹² JEHNE, M., «*Methods, Models and Historiography*». En N. Rosenstein & R. Morstein-Marx, (Eds.) *A companion to the Roman Republic*. London. Págs.: 3-28.

¹³ PAULA ARDANAZ, A., (2005). «*El clientelismo en la Roma clásica: las transformaciones de los vínculos clientelares con la llegada del imperio*». X Jornadas Interescuelas/departamentos de Historia. Escuela de Historia de la Facultad de Humanidades y Artes. Universidad Nacional de Rosario. Rosario. <https://www.academica.org/000-006/530>

ambigüedad que en la mayoría de los casos regían las condiciones de la relación. De lo dicho, se deduce claramente que el vínculo que se establecía se apartaba en gran medida de cualquier aspecto que marcara el ámbito del ciudadano normal en cuanto a derechos y aspectos meramente legales¹⁴.

Sin embargo, según Mommsen dicha ambigüedad en la relación que los une no es tan problemática, puesto que este supedita todo a un aspecto moral que es el que prioriza la relación, con un punto de vista en el cual lo más básico de la relación ya está bien delimitado jurídicamente, por lo que en ese aspecto no habría motivo para preocuparse, o sea que el ámbito de la moralidad es el que origina y prioriza la relación patrón-cliente, quedando el aspecto jurídico establecido pero relegado a un segundo plano¹⁵. Por otra parte, si atendemos a los estudios de otros autores, el origen de la relación o vínculo que analizamos ya lo encontrábamos, aunque no en la misma forma que la relación clientelar de la Antigua Roma fuera de los límites geográficos de Roma, aunque se extraen unos elementos esenciales que construyes dicha relación con cierta lógica.

Personalmente, veo una evolución en la figura marcada fuertemente en las clientelas importadas desde fuera de las fronteras de Roma y que suponen un punto de inflexión en cuanto a los inicios de esta en la sociedad romana. Estas fueron introduciéndose con fuerza en Roma y ganando arraigo como parte de la vida en la época que tratamos¹⁶. El origen de esta relación, por tanto, se remonta a los primeros años de existencia de la propia Roma, cuando la sociedad estaba dividida en dos clases principales: los patricios, que eran los aristócratas y propietarios de tierras, y los plebeyos, que eran los ciudadanos comunes. Los patricios tenían una posición de poder y prestigio en la sociedad romana más que evidente y que les otorgaba poder e influencia, mientras que los plebeyos tenían menos recursos y estaban en una posición social más baja por lo que alguien que los respaldara y protegiera era más que necesario.

Los patricios tenían clientes plebeyos a quienes proporcionaban protección, apoyo económico y asistencia legal, mientras que los plebeyos ofrecían su lealtad, trabajo y apoyo político a sus patronos. Esta relación era de naturaleza personal y se basaba en la confianza mutua

¹⁴ Loc. Cit. NUÑEZ, J., «*El patronazgo en la República Romana, enfoques y cambios conceptuales*». Revista de Historia universal. Universidad de Buenos Aires.

¹⁵ MOMMSEN, T. (1999). «*Compendio de derecho público romano*». Ed.: Analecta. Pág.; 37. Pamplona.

¹⁶ BADIAN, E., (1967). «*Foreign Clientelae (264-70 B. C.)*». Ed.: Oxford University London. Dayton. Págs.: 154-284.

y el respeto¹⁷. El mismo Dionisio de Halicarnaso otorga a Rómulo la creación de este tipo de relación, lo cual nos da una ligera idea de la importancia y precocidad de esta figura:

Después de que Rómulo había distinguido a los de rango superior de sus inferiores, luego estableció leyes por las cuales se prescribían los deberes de cada uno.» [...] Pero Rómulo no solo recomendó la relación por una designación hermosa, llamando a esta protección de los pobres y humildemente un «mecenazgo», sino que también asignó oficinas amistosas a ambas partes, por lo que la conexión entre ellas fue un vínculo de bondad para sus conciudadanos¹⁸.

De los clientes se esperaba que apoyaran a sus patronos en asuntos políticos, legales y militares que estos requiriesen, mientras que los patronos como contraprestación proporcionaban ayuda y asistencia a sus clientes en tiempos de necesidad o si lo consideraban oportuno. Con el tiempo, esta relación se convirtió en una parte integral del sistema político romano, con los patricios y sus clientes formando una red de lealtades y obligaciones que ayudaban a mantener el orden social y político en Roma. La relación entre patrono y cliente también estaba vinculada a la idea romana de la virtud y el deber cívico, donde se esperaba que los ciudadanos más privilegiados brindaran apoyo y protección a aquellos menos afortunados como parte de su responsabilidad hacia la comunidad. En resumen, el origen de esta relación tan especial entre el patrón y el cliente en la Antigua Roma podemos afirmar casi con toda seguridad que se encuentra en las divisiones de clase social y la necesidad de protección y apoyo mutuo en una sociedad jerárquica y estratificada.

III. FUNDAMENTACIÓN DEL SISTEMA

Como estamos viendo el clientelismo es claramente un vínculo donde la desigualdad es su característica principal, incluso esencial. Podemos afirmar que a pesar de la controversia que esta desigualdad pueda crear, este tipo de vínculo perdería su razón de ser si eso no fuese así, viéndose prácticamente necesario que exista una parte poderosa, que en cierto modo tome el control de la relación, y otra que ocupe una posición de sumisión que se limite a obtener a cambio de dicha inferioridad en el vínculo, unos beneficios de los que carece y que de

¹⁷ CRAWFORD, M., (1981). «*La Republica Romana*». Ed.: Taurus. Madrid.

¹⁸ *Loc. cit.* DIONISIO DE HALICARNASO., (1984). «*Historia Antigua de Roma*». Libro segundo. 9. Trad.: Elvira Jiménez y Ester Sánchez. Ed.: Gredos. Madrid

otro modo no obtendría¹⁹. Por lo tanto, vemos como existe una clara asimetría que evidencia la necesidad de ampliar el sistema, tanto temporal como funcionalmente, sobre todo en cuanto al conjunto de características y modos de actuación que conforman la identidad de las partes en la relación patrón-cliente, en cierto modo algo parecido a como ocurre en la actualidad en algunos aspectos sociales, aunque como no podía ser de otra manera, con evidentes diferencias²⁰.

En lo que si se diferencia el clientelismo que estudiamos con respecto a cualquier otro que haya ido abriéndose paso a lo largo de la Historia, es precisamente en los argumentos utilizados para construir la relación, además el desequilibrio está justificado porque los servicios en cuestión poseen una naturaleza bastante diferenciada, con intereses bastante dispares dependiendo de si es el patrón o el cliente quien los demanda²¹. Entre ellos se marcan desde el principio unas líneas de subordinación y poder que cada uno contempla y acata si quieren establecer el vínculo. Es de resaltar que normalmente, y dadas las necesidades de cada uno, que era extraño que finalmente no llegaran a un acuerdo, puesto que cada parte (sobre todo la parte más débil de la relación), sabía perfectamente que carecía de ciertos medios y que tenía necesidades que sin su patrón no obtendría fácilmente. Por esas razones vistas en este párrafo podemos decir que la relación estaba fundamentada o sustentada sobre los cimientos de unas necesidades.

No podemos dudar que el clientelismo en la antigua Roma se basaba en una relación de interdependencia entre patronos y clientes, donde los patronos proporcionaban protección, apoyo político, económico y de todo tipo, mientras que los clientes ofrecían lealtad, servicios y apoyo. Esta relación tan peculiar y arraigada construía redes políticas y sociales, otorgando al mismo tiempo beneficios económicos y prestigio social para ambas partes, establecía obligaciones mutuas y permitía cierta movilidad social a la parte más débil. El clientelismo se convirtió con el paso del tiempo en algo fundamental en la estructura social romana, aumentando y consolidando con ello

¹⁹ Loc. cit PAULA ARDANAZ, A., (2005). «El clientelismo en la Roma clásica: las transformaciones de los vínculos clientelares con la llegada del imperio». X Jornadas Inter escuelas/departamentos de Historia. Escuela de Historia de la Facultad de Humanidades y Artes. Universidad Nacional de Rosario. Rosario.

²⁰ GARNSEY, P; SALLER R. (1991). «El Imperio romano». Título original: *The roman Empire. Economy, society, and culture*. Trad: Jordi Beltrán. Ed: Editorial Critica, S. A. Barcelona. Pág. 177.

²¹ BOISSEVAIN, J., (1966). «Patronage in Sicily». Man, New Series, Vol. 1, N°.: 1., Published By: Royal Anthropological Institute of Great Britain and Ireland. Págs.: 18-33.

el poder de las élites y creando una red de lealtades que influía en la política, la economía y la sociedad en su conjunto²².

La política en la Antigua Roma (sobre todo en la etapa republicana), tenía un grado de participación ciudadana muy alto, siendo muy importante por ello todo lo que se relacionaba con las uniones o pactos entre los miembros de las familias. Estas uniones servían para mantener entre otras cosas las buenas relaciones, pero evidentemente, también se buscaba con ello una realidad practica que se escenificaba en el mantenimiento de un amplio grupo de electores favorables en los asuntos que afectaban a los intereses familiares. A ello hay que sumarle el hecho de que también se conseguía perpetuar el cisma ideológico del grupo, circunstancia que al mismo tiempo aumentaba y perpetuaba el prestigio y buen nombre del grupo familiar. Pero, mirándolo desde un prisma bilateral en cuanto a la relación patrón-cliente, ello conducía inexorablemente a que esa cohesión entre ambos miembros de la relación era un arma política y social fuerte y agresiva ante los posibles conflictos o controversias que atacaran al grupo²³.

Si estudiamos la relación que existía entre el patrón y el cliente, podemos darnos cuenta de que funcionalmente hablando esta se veía representada de dos formas con diferencias evidentes, según fuese una parte u otra la que iniciaba el proceso de la relación; o sea, según fuese el patrón el que acudía al cliente para ofrecerle su protección a cambio de sus servicios, o por el contrario fuese aquel el que demandaba al patrón su acogimiento a cambio de servirle en asuntos domésticos, laborales, etc.²⁴. Hay que hacer hincapié en que en el segundo caso y dado que era el cliente quien buscaba protección y sustento y dada su normal condición de parte débil y más necesitada, el patrón solía aprovechar dicha circunstancia para beneficiarse notablemente de las condiciones del acuerdo. Pero esa condición de más desprotegido y necesidad de protección era a la vez un hándicap a favor del cliente, ya que por ese motivo los patrones tenían más interés en hacerse con sus servicios, viendo en ello un campo de cultivo para sacar provecho del cliente demandante de protección, cosa que

²² *Loc. cit.* GARNSEY, P. y SALLER R., (1991). «*El Imperio Romano*». Traducción Jordi Beltrán. Ed.: Editorial Crítica. Barcelona. Pág.: 177.

²³ *Loc. cit.* PAULA ARDANAZ, A., (2005). «*El clientelismo en la Roma clásica: las transformaciones de los vínculos clientelares con la llegada del imperio*». X Jornadas Inter escuelas/departamentos de Historia. Escuela de Historia de la Facultad de Humanidades y Artes. Universidad Nacional de Rosario. Rosario. Pág.: 5.

²⁴ VEYNE, P. (1992). «*Imperio Romano y Antigüedad Tardía*». Trad.: Pérez Gutiérrez, F., Ed.: Taurus Ediciones. En DUBY, G. y ARIES, P. (dir), *Historia de la vida privada.*, Tomo 1. Madrid.

el cliente podía aprovechar al mismo tiempo para poder negociar con los diferentes candidatos a su patronazgo de ciertas condiciones del acuerdo que le fueran favorables.

Podemos resumir, que la verdadera función del clientelismo en la Antigua Roma se basaba en unos pilares fundamentales cimentados sobre un sistema de relaciones sociales y políticas reciprocas y leales entre miembros de la sociedad romana pertenecientes a diferentes estatus sociales destacando aspectos tan importantes como²⁵:

- a) La protección y el apoyo mutuo ya que, a cambio de la lealtad y servicios del cliente, el patrón les ofrecía protección y apoyo económico, social y político.
- b) Los patrones utilizaban a sus clientes como base de apoyo político con el fin de conseguir beneficios en el ámbito político, lo cual se traducía en buenas oportunidades para ascender socialmente.
- c) Con este importante intercambio de lealtades personales, la figura del clientelismo contribuía en gran medida entre otros factores a la estabilidad política y social en la Antigua Roma, ya que se fomentaba un sistema de poder equilibrado entre las distintas facciones y clases sociales.
- d) El orden social por su parte también se veía significativamente afectado de forma positiva ya que se mejoraba la cohesión social y el sistema jerárquico en la sociedad romana, estableciéndose ciertos vínculos entre personas de diferente estatus social y proporcionándose con ello una estructura de apoyo que también beneficiaba a los ciudadanos de posición más baja.
- e) En lo que respecta a la redistribución de los recursos se producían alteraciones notables ya que los patrones tenían en su mano la oportunidad de distribuir entre sus clientes los recursos de los que disponía, sirviendo esta circunstancia para que el patrón consolidara aún más su poder, influencia y estatus dentro de la sociedad romana, significando ello una posición más destacada en todos los ámbitos a los que este accedía.

²⁵ LÓPEZ BARJA DE QUIROGA, P., (2016). «*Patronage and Slavery in the Roman World: The Circle of Power*». Ed.: Oxford Academic En Stephen Hodgkinson, Marc Kleijwegt, and Kostas Vlassopoulos (eds), *The Oxford Handbook of Greek and Roman Slavery*. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199575251.013.31>

IV. RELACIONES PATRÓN-CLIENTE

Vemos como la relación recíproca entre el patrón y su cliente es la característica que prima en este tipo de convenio, siendo el primero el que aprovecha su posición privilegiada en la sociedad para proteger a su cliente a cambio de los servicios que aquel requiera, siempre y en teoría, dentro de los términos pactados con antelación al comienzo de la relación. Pero como digo, solo en teoría, porque en la práctica los servicios que el cliente terminaba realizando exlmitaban lo pactado, además de que podemos calificar la relación con total acierto de asimétrica, dado que la naturaleza de lo ofrecido y demandado por ambas partes era radicalmente diferente debido a las necesidades de uno y de otro. Es importante destacar que debido a las necesidades existentes en aquella época para una gran parte de la ciudadanía, era bastante más fácil para el patrón encontrar posibles clientes, que a estos entrar al cargo de un poderoso e influyente patrón que proviniera todas sus necesidades, sobre todo las más básicas²⁶.

La relación se establece como consecuencia de unas necesidades reciprocas, pero evidentemente destaca en ella un poder desigual que abarca no solo lo pactado, sino que se extiende durante todo el tiempo que la relación existe, incluso más allá, porque a veces el patrón utiliza su poder para incomodar la existencia del cliente en el futuro. Se puede decir que en la relación uno mira al otro de forma diferente, uno con temor y respeto y otro sabiéndose superior en el vínculo que los une²⁷. La relación entre el patrón y su cliente es finalmente una relación muy bien organizada y estructurada, con unas condiciones que siempre van a favorecer a la parte más poderosa, pero que al final se ve como beneficiosa para los dos, dado la posición que ocupa el patrón en todos los ámbitos de la sociedad romana.

Como bien nos explica Boissevain, para poder comprender las interacciones patrón-cliente como un sistema, se requiere entender que dos vínculos individuales forman una conexión más amplia. En este entramado, la figura central es el intermediario, quien mantiene relaciones directas con varias personas y puede con ello facilitar una relación beneficiosa entre dos individuos posiblemente desconocidos entre sí, obteniendo beneficios de esta conexión. Las interacciones

²⁶ Loc. cit. JIMENEZ SANTOS, J., (2023). «De la corrupción en la Antigua Roma a las actuales formas de corrupción. Una reflexión particular sobre el blanqueo de capitales». Tesis doctoral. UNED

²⁷ Loc. Cit. BOISSEVAIN, J., (1966). «Patronage in Sicily». Man, New Series, Vol. 1, N°.: 1., Published By: Royal Anthropological Institute of Great Britain and Ireland. Págs.: 23-24.

directas de persona a persona entre ambos miembros de la relación suelen ser más complejas de lo que parecen. Cuando alguien intenta influir en la decisión de una persona superior en el ámbito social, pero que no es su patrón, suele seleccionar a un patrón dentro de su propia red social que tenga cercanía con esa persona. Aunque la relación es vista de forma vertical entre el cliente y su patrón, este último, que tiene un estatus social similar al de la persona a influenciar, se desplaza de forma horizontal, quizás aprovechando su propia red de relaciones familiares en este proceso. A menudo, un cliente navega tanto de forma horizontal como vertical con el fin de obtener consejos útiles²⁸.

Por otro lado, podemos ver como para autores como Weingrod esta es una forma de manifestar las disparidades de poder entre los extremos del vínculo. Sin embargo, esta no es la única manera ya que el poder también puede entenderse en función de la toma de decisiones. Según el autor, «la influencia relativa en el resultado de las decisiones puede ser vista como una forma de medir el poder»²⁹. De acuerdo con lo que estamos viendo, estas relaciones ofrecen una manera organizada de obtener un acceso regulado a los recursos que son acaparados y centralizados por ciertos grupos poderosos de la sociedad romana. Esto sugiere que la práctica del patronazgo típicamente implica otros tipos de relaciones también. Un ejemplo claro son las relaciones de parentesco. Las conexiones clientelistas podrían interpretarse como una forma de parentesco ficticio que facilita el acceso a recursos específicos controlados de forma exclusiva y perfectamente organizados dentro del grupo familiar y que a la vez, están fuera del alcance de aquellos que no tienen parentesco.

De manera similar, este fenómeno puede ocurrir en sociedades muy diferentes a aquellas donde las relaciones de parentesco predominan, como en la Roma republicana e imperial. Aunque las relaciones estatales estén bien establecidas, la mera existencia del Estado no garantiza un acceso directo a sus recursos para todos los ciudadanos, ni siquiera para todas las aristocracias provinciales. En cambio, se desarrollan relaciones clientelistas que otorgan a través de las vías facilitadas por los patrones, niveles de acceso a la concurrencia en los aspectos controlados por el Estado y más concretamente, poseídos por la figura de un aristócrata poderoso o la propia burocracia cortesana.

²⁸ *Ibid.* BOISSEVAIN, J., (1966). «*Patronage in Sicily*». Man, New Series, Vol. 1, Nº.: 1., Published By: Royal Anthropological Institute of Great Britain and Ireland. Págs.: 24-25.

²⁹ WEINGROD, A., (1095). «*Patronazgo y poder*». En GEU.NER, E. y otros. Págs.: 63-77.

Es importante ver como el prestigioso Mommsen, resalta la necesidad imperiosa de superponer la característica de moralidad en el vínculo clientelar, apelando a dicha característica como algo esencial a la hora de concretar el aspecto legal de la relación entre el cliente y su patrón, viendo como las disposiciones marcadas por el Estado quedarían en un segundo plano con respecto a las dispuestas vincularmente entre las dos partes de la relación. Mommsen no consideró estos lazos como un aspecto clave para explicar la crisis en la República romana o la dominancia de sus facciones. Gelzer, en «Die Nobilität der römischen Republik», abordó este tema de manera diferente, tanto metodológica como históricamente³⁰. Su trabajo, originalmente publicado en Alemania en 1912, ganó prominencia en el mundo académico anglosajón a partir de los años 30.

Mommsen basó su enfoque histórico en la evidencia legal, mientras que Gelzer se centró más en las interacciones sociales, adoptando una perspectiva sociológica en lugar de jurídica. Este cambio tuvo implicaciones tanto metodológicas como conceptuales. Gelzer amplió el ámbito teórico del patronazgo y dirigió la atención hacia un grupo social específico. Equiparó los vínculos clientelares con otras relaciones personalizadas que tenían implicaciones políticas o jurídicas, ampliando así el espectro de prácticas en las que se pueden reconocer. Paralelamente, el patronazgo se transformó en una forma de conformar la trayectoria política de los miembros pertenecientes de la nobleza, contrastando con la plebe que se limitaba al apoyo y la subordinación al patrón.

Como vemos, la dinámica es bastante compleja y asimétrica entre el patrón y su cliente en la sociedad romana, donde el primero ejerce su posición privilegiada para proteger al cliente a cambio de servicios, aunque en la práctica estos servicios a menudo exceden los términos acordados. Esta relación, aunque se establece por necesidades y exigencias mutuas, está marcada por un poder desigual que persiste a lo largo del tiempo, con el patrón a menudo utilizando su influencia para controlar al cliente incluso después de que la relación termine. Aunque parece ser mutuamente beneficiosa, en realidad favorece al patrón debido a su posición social. Boissevain y Weingrod ofrecen perspectivas adicionales, destacando cómo el intermediario y la toma de decisiones influyen en esta dinámica de poder. Además, se señala cómo estas relaciones reflejan las disparidades de poder y ofrecen acceso a recursos controlados por grupos poderosos, como la

³⁰ Loc. Cit. GELZER, M., (1969)., «*The roman nobility*». Ed.: Basil Blackwell. Oxford.

aristocracia romana. La moralidad, según Mommsen, es crucial para legitimar estas relaciones, mientras que Gelzer amplía el enfoque al considerar las interacciones sociales y políticas, cambiando la forma en que se percibe el patronazgo y su papel en la trayectoria política de la nobleza romana.

V. EL FUNDAMENTO DE LA «FIDES»

La denominada *fides*, podemos asegurar sin ninguna duda que era un principio fundamental que regía las relaciones patrón-cliente durante toda su existencia, a la vez que no se concibe su existencia sin recurrir expresamente al Derecho romano como punto de origen. Para este, la buena fe se concebía como algo esencial casi en todos los ámbitos de la sociedad en los que se requería algún tipo de acuerdo entre varias partes³¹. La *fides* para autores como Norr, era un concepto imprescindible para poder introducirnos en un marco jurídico comprensible en cuanto al Derecho de la Antigua Roma se refiere, ya que nos daba la extraordinaria y coherente idea de cual debía ser el comportamiento normal y ético en relación con lo que la norma establecía³², en un posicionamiento intermedio y mas realista de la figura clientelar, haciendo gala como no podía ser de otra forma de un pensamiento bastante mas avanzado en el tiempo de lo que era normal hasta el momento.

Debemos tener siempre presente que la clase dominante siempre ha visto en la clientela, desde tiempos muy remotos, un modo de expresión acorde a su posición de superioridad en la sociedad, habiéndose producido una evolución desde sus orígenes y desde un punto de vista jurídico, hacia un tipo de vínculo estrictamente social. Al principio, la clientela era algo puramente arcaico en la que existía una parte dependiente de la otra y poco más, donde el patrón protegía a su cliente en algunos aspectos y este a cambio le servía y le debía una obediencia sin contraprestaciones más allá de lo que el patrón simplemente consideraba oportuno. Todo ese entramado de relaciones conformaba lo que se conocía como *fides*³³. También debemos tener en cuenta a la hora de dar forma a la *fides*, que gran parte de lo que los compromisos que la componían estaban sustentados en algo tan im-

³¹ BASTANTE GRANELL, V., (2016). «La buena fe contractual: un apunte histórico jurídico». SHLR, Almería. Págs.: 1-23.

³² NÖRR, D., (1996). «La *fides* en el derecho internacional romano». Seminario Complutense de Derecho Romano. Ursicino Álvarez, Madrid. Pág.: 16.

³³ HELLEGOUARCH, J., (1972). «Le Vocabulaire latin des relations et des partis politiques sous la République». Ed.: les Belles lettres. París. Págs.: 23-40.

portante en aquella época como era la religión, porque es seguro que esta estaba presente en todos los ámbitos de la sociedad de la época, política, sociedad, economía, etc.

El compromiso que suponía la *fides* era una sumisión a lo acordado, amparado por un velo religioso que obstaculizaba y sancionaba, al menos moralmente, la violación de dicho compromiso, aunque también es evidente que con el paso del tiempo este velo religioso fue perdiendo fuerza, conformando una figura más comprometida con aspectos sociales y políticos que meramente religiosos. Claramente, observamos como el compromiso religioso que supone la *fides* se va transformando con los años en un compromiso que dejando atrás su fundamentación original se interioriza en las partes como algo innato a la pura relación que los une. Lo religioso ya no es tan importante en una sociedad que prioriza los valores como una virtud personal de la que el romano de la época se enorgullece³⁴.

En relación con lo que estamos viendo, la buena fe es una característica que en cierto modo, y aun perteneciendo al ámbito más personal, realmente nunca pierde ese punto de fuerza que la religión siempre ha asumido en el vínculo³⁵. De esa forma, se aprecia la importancia de la religión en la Antigua Roma, viendo como el inevitable paso del tiempo y la evolución política y social, no son capaces de acabar con la influencia de lo divino en todos los aspectos que rodean la vida de la sociedad romana. Una sociedad marcada por la lucha por la supervivencia, en la que para muchos disponer de los recursos más esenciales es casi una proeza, la religión es en muchos casos una vía de escape a la que agarrarse para sobrellevar de la mejor manera posible la dura situación en la que ellos y sus familias se encontraban.

Podemos sacar la clara conclusión de que en la Antigua Roma la *fides* era un concepto fundamental y que servía de sustento a la relación entre patrono y cliente. Esta virtud, la *fides* se entendía como lealtad o confianza mutua, representando el pilar central sobre el que se edificaba el intercambio de beneficios y obligaciones que caracterizaba al clientelismo. Sin embargo, determinar un único fundamento final para la *fides* resulta sumamente complejo, ya que esta virtud se nutría sobre todo de una serie de elementos interconectados, entre los que destacamos los siguientes;

³⁴ *Ibid.* HELLEGOUARCH, J., (1972). «*Le Vocabulaire latin des relations et des partis politiques sous la République*». Ed.: les Belles lettres. París. Págs.: 46-48.

³⁵ SALAZAR REVUELTA, M., (2005). «*Formación en el Derecho romano y en la tradición romanística del principio de la buena fe y su proyección en el Derecho comunitario europeo*». Revista Internacional de Derecho romano. Pág.: 127.

- a) *Interés mutuo*: La base pragmática de la *fides* radicaba en el beneficio mutuo que ambas partes obtenían de la relación. El patrono, figura de mayor estatus, brindaba protección, apoyo económico y acceso a la justicia al cliente, quien a cambio le ofrecía lealtad política, votos, trabajo y apoyo militar.
- b) *Normas sociales*: La *fides* estaba enmarcada en un conjunto de normas sociales no escritas que regulaban las expectativas y obligaciones de cada parte. El cliente debía obediencia y respeto al patrono, mientras que este tenía la responsabilidad de proteger y defender a su cliente.
- c) *Vínculos recíprocos*: La relación patrono-cliente no se limitaba a una transacción de beneficios. Se establecían lazos de amistad, respeto y afecto, creando un sentido de comunidad y pertenencia.
- d) *Honor y reputación*: La *fides* estaba estrechamente ligada a los conceptos de honor y reputación. Tanto el patrono como el cliente dependían del cumplimiento de sus obligaciones para mantener su estatus social. Un patrono desleal o un cliente ingrato podían sufrir severas consecuencias en su reputación.
- e) *Sanciones sobrenaturales*: Dado que en la Antigua Roma la religión también jugaba un papel importante en la *fides*, se creía que el incumplimiento de dichas obligaciones podía entre otras cosas traer consigo consecuencias sobrenaturales, tales como las graves consecuencias que acarrearía el desfavorecimiento de los dioses o la mala suerte.

En definitiva, la *fides* en el clientelismo romano no se basaba en un único fundamento, sino en una compleja red de intereses mutuos, normas sociales, vínculos recíprocos, honor, reputación y creencias religiosas. Esta virtud era esencial para el funcionamiento de la sociedad romana, ya que facilitaba la cohesión social, la estabilidad política y la lealtad hacia las élites dirigentes.

También debemos destacar una serie de pilares fundamentales que marcaban la *fides* como figura esencial en la relación patrón-cliente. Teniendo en cuenta los elementos mencionados anteriormente, podemos identificar los siguientes pilares fundamentales de la *fides* en la relación patrono-cliente³⁶:

³⁶ LIVIO, T., «Ab Urbe Concita Libri»; SALUSTIO. «Bellum Catilinae» y «Bellum lugurthinum». CICERON, «De Officiis». TACITO. «Annales» y «Historiae». Estos cuatro autores nos muestran a lo largo de las obras citadas evidencias de los fundamen-

- a) *Reciprocidad*: El intercambio de beneficios y obligaciones era esencial para la *fides*. Ambas partes debían cumplir con sus compromisos para mantener la confianza mutua.
- b) *Lealtad*: La fidelidad era un valor fundamental en la relación. El cliente debía ser leal a su patrono, tanto en el ámbito político como personal.
- c) *Respeto*: Ambas partes debían tratarse con respeto y consideración. El patrono no debía abusar de su poder, y el cliente debía mostrar deferencia hacia su superior.
- d) *Gratitud*: El cliente debía mostrar agradecimiento por los beneficios recibidos del patrono.
- e) *Honor*: Tanto el patrono como el cliente debían actuar con honor y mantener una buena reputación.

El cumplimiento de estos pilares era fundamental para la construcción de una relación sólida y duradera entre patrono y cliente, sin los cuales se puede asegurar de que el concepto de *fides* no hubiese tenido tal razón de existencia, al menos de la forma que se entendía. La *fides* era un elemento esencial del tejido social romano, y su ausencia podía tener graves consecuencias para ambas partes.

VI. CLIENTELISMO DESDE LA PERSPECTIVA POLÍTICA

La figura del clientelismo en la Antigua Roma llegó a ser una práctica política y socialmente aceptada y asumida, llegando a desempeñar un papel fundamental en la configuración del poder y la cohesión social. Este tipo de relación aportaba unos importantes beneficios para ambas partes de la relación asimétrica de la que hablamos³⁷.

Para los clientes suponía un apoyo financiero, representación legal y acceso a recursos imprescindibles como alimentos y tierras, no olvidando por otro lado las consecuencias beneficiosas que para estos tenían la importancia política y social que conllevaba la poderosa influencia de los patronos. El considerable prestigio social que suponía la relación hacía aumentar en gran medida tanto la reputación como el estatus social. Por lo que respecta a los patronos, estos cuentan con

tos que regían la relación de clientelismo entre el patrón y el cliente en la Antigua Roma.

³⁷ BEARD, M., (2007). «*The Roman Triumph*». Ed.: Harvard University Press. UK. En la obra se nos muestran claros ejemplos y situaciones que revelan el verdadero significado del clientelismo en la Antigua Roma.

el apoyo social, laboral y militar que les proporcionan sus clientes lo cual incrementa considerablemente el poder e influencia política de estos, además de que tener el mayor número de clientes es símbolo de poder, influencia y riqueza. El clientelismo llegó a ser importante en la vida política y social sobre todo entre los años 509 a.C. y el 27 a.C., teniendo como caldo de cultivo el elevado coste y la competencia por el poder que tenían las portentosas campañas políticas de la época.

Por otro lado, el clientelismo cumplía unas importantes funciones de integración social, de estabilidad política y de expansión territorial. En el primer caso, se fomentaba positivamente la integración social de los sectores más desfavorecidos de la sociedad romana gracias a la protección dada y el acceso a determinados recursos. El apoyo en el aspecto legal que se daba a los líderes romanos por este entramado de redes clientelares, contribuían de manera significativa en cuanto a la estabilidad política se refiere. Además, la figura del clientelismo fue utilizada con el fin de asegurar el control de las poblaciones que se iban conquistando, facilitando así la integración de nuevo territorios dentro del Imperio romano³⁸.

Podemos afirmar sin ningún tipo de duda, que el clientelismo en la Antigua Roma fue un sistema bastante complejo pero que desempeñó un papel importante en la configuración del poder, la cohesión social y la integración política, y que aunque evidentemente tenía bastantes beneficios, también podemos asegurar que tenía algunas desventajas o inconvenientes, tales como la desigualdad social, el debilitamiento de las instituciones y el alto nivel de corrupción que este tipo de relación fomentaba.

Está claro que el clientelismo se ha estudiado desde diversos puntos de vista, pero no cabe duda de que una de sus vertientes más llamativas es la relación e influencia que este aportaba al sistema político existente, causa por la que numerosos estudiosos de la materia consideran como gran impulsor de la extensión del dominio incesante de muchas familias poderosas a lo largo de la época³⁹.

Las relaciones clientelares, tejidas entre la élite romana y los ciudadanos comunes, fueron un elemento crucial para la política duran-

³⁸ TIM CORNELL; N. B. RANKOV; PHILIP A. G. SABIN. (1996). *«The Second Punic War: A Reappraisal»*. Institute of Classical Studies, School of Advanced Study, University of London. London.

³⁹ CAMPAGNO, M., (2009). *«Parentesco, patronazgo y Estado en las sociedades antiguas»*. 1ª ed. Compilación hecha por el mismo autor. En Historia de las Civilizaciones. Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires.

te la República. Estas redes se basaban en un intercambio de favores: la élite ofrecía protección y recursos a cambio de apoyo político y votos. Sin embargo, con la llegada del principado y la centralización del poder en el emperador, estas prácticas tradicionales entraron en crisis. El voto se convirtió en el principal recurso que podían ofrecer los clientes a cambio del favor del príncipe, mientras que las ostentaciones públicas de la élite, como los triunfos, los juegos y las obras monumentales, se vieron limitadas, erosionando su capacidad de auto representarse ante el pueblo. Paradójicamente, el príncipe consolidó su poder absoluto precisamente gracias a la utilización y mantenimiento de estas mismas redes clientelares.

En resumen, las relaciones clientelares fueron un pilar fundamental de la República romana, pero posteriormente se vieron debilitadas con la llegada del principado, dando paso a un nuevo sistema político dominado por la figura del emperador⁴⁰. Desde una perspectiva política más global, las relaciones entre el patrón y el cliente fueron uno de los pilares fundamentales de las relaciones políticas y sociales de la Antigua Roma, conformando muchos de los logros y éxitos conseguidos por un poder ambicioso y corrupto al mismo tiempo, pero sin la cual Roma no hubiese llegado a expandirse de la forma que lo hizo.

VII. LA SOMBRA DE LA CORRUPCIÓN EN LA RELACIÓN PATRÓN-CLIENTE

El legado cultural de la Antigua Roma es vasto y duradero, destacándose entre sus instituciones la «red de clientelas». La relación entre patrón y cliente, surgida desde los inicios de Roma (753 a.C.), buscaba crear un lazo especial entre plebeyos y patricios por iniciativa de Rómulo. Sin embargo, en muchas ocasiones surgieron una gran variedad de imprevistos que desconfiguraban la institución. Esta relación de apoyo mutuo se basaba más en compromisos morales⁴¹ que legales⁴². Desde muy temprano, la clase gobernante adoptó la clien-

⁴⁰ *Ibid.* CAMPAGNO, M., (2009). «Parentesco, patronazgo y Estado en las sociedades antiguas». 1ª ed. Compilación hecha por el mismo autor. En Historia de las Civilizaciones. Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires.

⁴¹ PINA POLO, F., (2011). «*Mos maiorum* como instrumento de control social de nobilitas romana». Universidad de Zaragoza. Revista digital de la Escuela de Historia. Facultad de Humanidades y Artes. Ed.: Escuela de Historia, páginas, Rosario. Págs.: 53-77.

⁴² GARCIA BARCALA, J., (2014). «Redes clientelares en Roma, un vicio heredado por el mundo moderno». <https://www.cienciahistorica.com/2014/10/18/redes-clientelares-en-roma/>

tela como una expresión social, donde hombres libres se subordinaban a otros más poderosos a cambio de protección. La relación, fundamentada en la *fides*, implicaba obligaciones recíprocas: el patrón debía proteger y el cliente servir. Aunque la dependencia no era total, la desigualdad era evidente y en la mayoría de las ocasiones el abuso por parte del patrón

Según Dionisio de Halicarnaso, Rómulo separó a patricios y plebeyos haciendo que los segundos eligieran a sus patrones, aunque a menudo esta elección era más forzada que voluntaria⁴³. Esta relación, donde el cliente pedía protección y el patrón obtenía prestigio y lealtad, escondía un sistema de obligaciones mutuas pero bastante desequilibradas. Gellner describe el patronazgo como una relación asimétrica, con desigualdad de poder y una duración extendida, y a veces marcada por características al margen de la moral formal. Los patrones, con acceso privilegiado a recursos y decisiones, podían abusar de su posición, mientras que los clientes aceptaban estas condiciones en busca del sustento y protección necesario para sus familias en unos tiempos que destacaban por la pobreza y falta de recursos en la mayoría de los casos.

El clientelismo, impulsado en tiempos de Augusto⁴⁴, ofrecía ciudadanía romana y reforzaba el poder externo de Roma. Con el tiempo, esta relación fue adquiriendo una voluntariedad que hasta entonces era más ficticia que real⁴⁵, aunque en el fondo seguía siendo una relación de dominación disfrazada de reciprocidad⁴⁶. Su regulación formal tardó bastante tiempo en llegar y las normas se basaban sobre todo en costumbres y en el auténtico poder del patrón. Patrones y clientes no podían acusarse mutuamente ni votar en contra del otro. Este tipo de relación se parecía mucho a la existente dentro del grupo familiar, e implicaba una subordinación similar a la que se da entre padre e hijo. La condición de cliente era hereditaria, en la cual el patrón actuaba como un cabeza de familia.

⁴³ JIMENEZ SANTOS, J., (2023). «De la corrupción en la Antigua Roma a las actuales formas de corrupción. Una reflexión particular sobre el blanqueo de capitales». Tesis doctoral. UNED. Págs.: 117-126.

⁴⁴ Loc. cit. DIONISIO DE HALICARNASO. (1984), «Historia Antigua de Roma». Trad.: Elvira Jiménez y Ester Sánchez. Ed.: Gredos. Madrid. Pág.: 17.

⁴⁵ Loc. cit. PAULA ARDANAZ, A., (2005). «El clientelismo en la Roma clásica: las transformaciones de los vínculos clientelares con la llegada del imperio». X Jornadas Inter escuelas/departamentos de Historia. Escuela de Historia de la Facultad de Humanidades y Artes. Universidad Nacional de Rosario. Rosario. Pág.: 2. <https://www.aacademica.org/000-006/530>

⁴⁶ GELLNER, E., (1986). «Patronos y clientes», en: GELLNER, E. y otros, Patronos y clientes en la sociedades mediterráneas, Trad.: Jesús Manuel Fernández, Madrid, Ed.: Júcar, Serie Historia, N°: 7. Pág.: 13.

Diariamente, los clientes saludaban a sus patrones (salutatio matutina) y recibían instrucciones y recompensas reflejando la jerarquía dentro de esta relación. La relación patrón-cliente, esencial para la estructura social y política de Roma, aunque equilibrada en apariencia, realmente escondía una subordinación donde los clientes sacrificaban su dignidad a cambio de protección y sustento, aceptando abusos y corrupciones. En resumen, la red clientelar romana, pese a su apariencia de reciprocidad, era una forma de control social que consolidaba el poder de los patricios y ofrecía a los plebeyos una protección necesaria pero desigual, lo cual se puede y debe traducir en la existencia de actos plagados de corrupción y abusos⁴⁷.

VIII. EVOLUCIÓN DEL SISTEMA CLIENTELAR

Básicamente el clientelismo en la Antigua Roma evolucionó significativamente desde sus orígenes en la monarquía, estructurándose en torno a un conjunto de relaciones personales de lealtad entre patrones y clientes, hasta la República, momento a partir del cual se institucionalizó y se volvió esencial para el poder político y social. Durante la República media y tardía, el clientelismo se expandió y se hizo más complejo con la expansión territorial y las luchas políticas internas entre optimates y populares. Con el establecimiento del Imperio, el sistema se centralizó bajo la figura del emperador, transformándose en un mecanismo de control burocrático y perdiendo gradualmente su carácter personal y familiar, hasta decaer debido a la corrupción y a la excesiva centralización del poder.

Si queremos ahondar más en la genesis del clientelismo podemos ver algo parecido en los acuerdos que tomaban los diferentes clanes existentes y los tomados por los segmentos cuasi-tribales de la sociedad⁴⁸, caracterizándose desde el principio por evidentes rasgos de desigualdad⁴⁹, mayormente favoreciendo al patrón aunque este debía

⁴⁷ Loc. cit. JIMENEZ SANTOS, J., (2023). «De la corrupción en la Antigua Roma a las actuales formas de corrupción. Una reflexión particular sobre el blanqueo de capitales». Tesis doctoral. UNED. Págs.: 117-126.

⁴⁸ Loc. cit. PAULA ARDANAZ, A., (2005). «El clientelismo en la Roma clásica: las transformaciones de los vínculos clientelares con la llegada del imperio». X Jornadas Inter escuelas/departamentos de Historia. Escuela de Historia de la Facultad de Humanidades y Artes. Universidad Nacional de Rosario. Rosario. Pág.: 6

⁴⁹ BARRINGTON MOORE, JR., (1978). «Injustice: The Social Bases of Obedience and Revolt». Londres, Pág.: 41-42. En: FINLEY, Moses. (1976) «El nacimiento de la política». Ed. Crítica. Barcelona. Pág.: 53.

mantener unas formas⁵⁰ para que su reputación no decayera⁵¹. Siempre ha existido una más que evidente exclusión de la plebe, o sea de la clase social más desfavorecida de la sociedad romana en cuanto a la regulación legal por parte de la clase aristocrática, estructurándose esta regulación en torno a la clase privilegiada, sobre todo en cuanto a los innumerables beneficios y protección que la ley les otorgaba, situándolos en un estatus elevado con respecto al resto de ciudadanos⁵². Las relaciones clientelares van adquiriendo matices diferentes a lo largo del tiempo, configurándose en torno a nuevas y diferentes obligaciones y deberes por parte de ambos miembros.

Durante la Republica, la relación simplemente comprendía algunas contraprestaciones que unían al patrón y el cliente en un vínculo marcado por el diferente estatus social de cada uno, estructurado como una institución más⁵³. El sistema clientelar durante este periodo era una forma para que el poder de aquellos que ya lo tenían aumentara más aun, a la vez que la figura de la representación tomó forma en este tipo de relación, siendo el patrón el representante de sus clientes en asuntos en los que este no lo podía hacer por si solo debido a las limitaciones existentes.

En la época imperial la estructura de poder cambia considerablemente, apareciendo nuevos actores en escena que establecen vínculos con la forma de estas redes clientelares, siendo Augusto quien protagoniza novedades significativas. La aristocracia siempre había tenido amplia libertad en lo que a derechos se refiere, pero fue durante el Imperio romano cuando este abanico de libertades se fue reduciendo considerablemente debido a la configuración del nuevo sistema donde el emperador acaparaba en sus manos todos los poderes. Desde el Principado, la *elección desde la base* para los cargos empezó a desvanecerse, lo que alteró el sistema de patronazgo. La clientela, que antes funcionaba como «ejército electoral», perdió su relevancia. Los clientes, al ser votantes, obligaban a los patronos a tratarles con un mínimo de respeto en su día a día; sin embargo, cuando esta capacidad de voto se desvaneció, aumentó la arrogancia de los patronos. Este cambio se refleja constantemente en la literatura imperial, especialmente en las sátiras. Pese al deterioro de las costumbres, era necesario mantener un cierto nivel de responsabilidad en el trato mutuo

⁵⁰ JUVENAL. I, 117-126.

⁵¹ MARCIAL. VI. 88.

⁵² SATYRICON. 140.

⁵³ VEYNE, P. (1992). «*Imperio Romano y Antigüedad Tardía*». Trad.: Pérez Gutiérrez, F., Ed.: Taurus Ediciones. En DUBY, G. y ARIES, P. (dir), *Historia de la vida privada.*, Tomo 1. Madrid. Págs.: 99-112.

para asegurar la continuidad del vínculo, ya que, aunque los clientes ya no votaban, la presencia de numerosos dependientes alrededor del patrón seguía viéndose como poder y prestigio, aumentando con ello su estatus social⁵⁴.

El clientelismo en la antigua Roma evolucionó desde una red descentralizada de relaciones personales durante la República, donde los clientes ofrecían apoyo político y militar a cambio de protección y beneficios económicos de los patrones aristocráticos, a un sistema centralizado y burocratizado en el Imperio, con el emperador como el principal patrón que distribuía favores y aseguraba lealtades directas. Esta transformación reflejó el cambio de Roma de una ciudad-estado republicana a un vasto imperio autocrático, centralizando el poder y las relaciones de dependencia bajo la figura del emperador.

IX. PARALELISMO ENTRE EL CLIENTELISMO ANTIGUO Y LA CORRUPCIÓN INSTITUCIONAL MODERNA

Una reflexión profunda sobre el paralelismo entre el clientelismo antiguo y los fenómenos de corrupción institucional moderna puede partir del reconocimiento de que ambos comparten una lógica común: el intercambio de favores por lealtad o beneficios, aunque adaptada a distintos contextos históricos y estructuras de poder. En el clientelismo tradicional, típico de sociedades premodernas o con estructuras jerárquicas rígidas, se establecía una relación directa y personal entre el patrón y el cliente. Este vínculo estaba basado en la protección y provisión de recursos a cambio de obediencia, votos o apoyo político. Aunque en apariencia era una forma de asistencia o solidaridad, en realidad consolidaba desigualdades, mantenía a las personas dependientes del poder y evitaba el desarrollo de instituciones universales e impersonales.

Por su parte, la corrupción institucional moderna opera bajo estructuras más complejas y burocráticas, pero no ha abandonado del todo esa lógica de dependencia y manipulación. En lugar de relaciones personales, se utilizan redes informales dentro de instituciones formales para desviar recursos públicos, manipular decisiones o beneficiar a grupos específicos. Así, la corrupción moderna puede considerarse un clientelismo encubierto y sistematizado, donde los

⁵⁴ *Loc. cit.* PAULA ARDANAZ, A., (2005). «El clientelismo en la Roma clásica: las transformaciones de los vínculos clientelares con la llegada del imperio». X Jornadas Inter escuelas/departamentos de Historia. Escuela de Historia de la Facultad de Humanidades y Artes. Universidad Nacional de Rosario. Rosario. Pág.: 8.

«clientes» pueden ser empresas, actores políticos o funcionarios, y los «patrones» operan desde el poder público. Aunque se actúe dentro de sistemas aparentemente democráticos y con marcos legales, realmente se está perpetuando un funcionamiento paralelo que reproduce desigualdades y debilita la legitimidad del Estado.

Esta comparación sugiere que no basta con modernizar las instituciones para erradicar prácticas corruptas: también se requiere transformar la cultura política que tolera o normaliza estos intercambios. Ambos fenómenos son síntomas de un déficit ético y ciudadano, donde los intereses particulares se imponen sobre el bien común. El clientelismo antiguo tenía la coartada de una organización social menos desarrollada, mientras que la corrupción moderna opera como una traición deliberada al contrato social en contextos que ya deberían garantizar transparencia y equidad. La reflexión, entonces, debe orientarse a cómo fortalecer una ciudadanía crítica y consciente, que no solo denuncie estos paralelismos, sino que exija y construya formas de gobernanza verdaderamente públicas, impidiendo que la lógica clientelar siga mutando en nuevas formas de captura institucional.

X. CONCLUSIONES

El clientelismo en la Antigua Roma nos ha dejado un importante legado cultural a las generaciones posteriores. Este sistema jerárquico entre patrones y clientes, influenciado por factores políticos y sociales, evolucionó desde la República, donde estaba vinculado al juego electoral, hasta la reorganización en la época imperial. El clientelismo, multifacético y ambivalente, se basaba en relaciones informales y justificadas éticamente, aunque en la práctica, la libertad de los clientes era ficticia debido a la marcada desigualdad social y económica. Este sistema permitía a las familias poderosas mantener su estatus y control social, accediendo a recursos exclusivos y perpetuando su influencia y prestigio en detrimento de los clientes más débiles, reflejando una sociedad corrupta y desigual.

Las redes clientelares, cuya existencia se remonta a tiempos inmemoriales, se documentan de manera clara desde la Antigua Roma, alrededor del año 753 a.C., cuando Rómulo estableció un vínculo especial entre patricios y plebeyos. Este sistema consistía en que los patricios, quienes poseían poder y recursos, proporcionaban protección, apoyo económico y legal a los plebeyos, quienes a cambio ofrecían lealtad, trabajo y apoyo político. Mommsen y otros estudiosos destacan que esta relación, basada en la confianza mutua y la depen-

dencia, estaba jurídicamente delimitada, siendo su naturaleza moral y personal prioritaria. A lo largo del tiempo, estas redes clientelares se integraron profundamente en el sistema político romano, consolidando ambos ordenes, y reflejando la virtud y el deber cívico de los ciudadanos más privilegiados hacia los menos afortunados en una sociedad jerárquica y estratificada.

El clientelismo en la Antigua Roma se caracterizaba por una relación de desigualdad esencial, donde los patronos, que poseían poder y recursos, ofrecían protección y apoyo económico y político a los clientes, quienes a cambio proporcionaban lealtad y servicios. Esta relación asimétrica era fundamental para ambas partes, ya que los clientes dependían de los beneficios proporcionados por los patronos. Con el tiempo, estas redes clientelares se integraron profundamente en la estructura social y política romana, consolidando el poder de las élites y fomentando un sistema de lealtades que fortalecía la cohesión social y política. Esta dinámica, permitía la movilidad social para los clientes y aseguraba el prestigio y la influencia de los patronos. Las uniones y pactos políticos entre familias también desempeñaban un papel crucial, manteniendo buenas relaciones y perpetuando el poder y prestigio familiar. El clientelismo, basado en la protección y apoyo mutuo, la influencia política y la redistribución de recursos, contribuyó significativamente a la estabilidad y jerarquía social en Roma, beneficiando a ambas partes y manteniendo el equilibrio de poder en la sociedad.

El clientelismo en la Antigua Roma se caracterizaba por una relación asimétrica y recíproca, donde el patrón, en su posición privilegiada, ofrecía protección a cambio de servicios del cliente. Aunque teóricamente los términos eran pactados, en la práctica los servicios del cliente solían exceder lo acordado, reflejando una clara desigualdad de poder. Esta relación se basaba en necesidades mutuas, pero siempre beneficiaba más al patrón, quien podía incluso ejercer control sobre el cliente después de finalizada la relación. Boissevain y Weingrod destacaron la complejidad y la influencia de intermediarios en estas dinámicas, mientras que Mommsen y Gelzer ofrecieron enfoques distintos sobre su legitimidad y su impacto en la política y sociedad romana. En conjunto, estas relaciones clientelares facilitaban el acceso a recursos controlados por la élite y consolidaban el poder social y político de los patronos, al tiempo que proporcionaban cierta movilidad social para los clientes.

La *fides* era un principio fundamental en las relaciones patrón-cliente en la Antigua Roma, sustentado en la buena fe y el Derecho

romano. Este concepto implicaba lealtad y confianza mutua, y su evolución pasó de un compromiso religioso a un valor social y político esencial. La relación clientelar se basaba en beneficios mutuos, donde el patrón ofrecía protección y apoyo económico a cambio de la lealtad y servicios del cliente. La *fides* se mantenía a través de normas sociales no escritas, vínculos recíprocos, y la importancia del honor y la reputación. Las sanciones sobrenaturales también reforzaban este compromiso, destacando la influencia de la religión en estas relaciones. En resumen, la *fides* era crucial para la cohesión social y la estabilidad política, estructurando la interacción entre diferentes estatus sociales en Roma.

El clientelismo en la Antigua Roma fue una práctica política y socialmente aceptada que jugó un papel crucial en la configuración del poder y la cohesión social. Para los clientes, proporcionaba apoyo financiero, representación legal y acceso a recursos esenciales, mientras que para los patrones, garantizaba apoyo social, laboral y militar, incrementando su poder e influencia. Entre 509 a.C. y 27 a.C., el clientelismo facilitó la integración social de los desfavorecidos, contribuyó a la estabilidad política y ayudó en la expansión territorial. A pesar de sus beneficios, fomentaba la desigualdad social, debilitaba las instituciones y promovía la corrupción. Con la llegada del principado, estas redes clientelares se debilitaron, centralizando el poder en el emperador; aunque el sistema clientelar seguía siendo fundamental para su consolidación. En resumen, las relaciones patrono-cliente fueron esenciales para los logros políticos y la expansión de Roma, aunque también contribuyeron a la corrupción y la desigualdad.

El legado cultural de la Antigua Roma incluye la significativa «red de clientelas», una institución que unía a plebeyos y patricios desde los tiempos de Rómulo en 753 a.C. Basada en la *fides*, esta relación de apoyo mutuo y obligaciones recíprocas fue más moral que legal, con los patrones ofreciendo protección y los clientes servicios. Aunque teóricamente voluntaria, la relación era en realidad desequilibrada y a menudo abusiva, con los clientes aceptando condiciones duras a cambio de sustento en tiempos de pobreza. Impulsado por Augusto, el clientelismo reforzó el poder de Roma, pero mantuvo una naturaleza de dominación disfrazada de reciprocidad. Esta relación, similar a la de una familia, se heredaba y estructuraba jerárquicamente, consolidando el poder de los patricios y ofreciendo a los plebeyos una protección necesaria pero desigual, marcada por corrupción y abusos.

El clientelismo en la antigua Roma evolucionó desde sus orígenes en la monarquía, donde se estructuraba en torno a relaciones

personales de lealtad entre patrones y clientes, hasta su institucionalización durante la República, volviéndose esencial para el poder político y social y complejizándose con la expansión territorial y las luchas internas. Con el establecimiento del Imperio, el nuevo sistema se centralizó bajo el emperador, transformándose en un mecanismo burocrático que perdió su carácter personal y familiar debido a la corrupción y excesiva centralización del poder. Aunque la aristocracia inicialmente disfrutaba de amplias libertades, estas se redujeron bajo el control imperial, alterando el sistema de patronazgo y reduciendo la relevancia de los clientes como votantes, lo que llevó a un aumento de la arrogancia de los patrones y un cambio en las relaciones clientelares, que siguieron siendo vistas como una fuente de poder y prestigio social.

El clientelismo antiguo y la corrupción institucional moderna comparten una lógica de intercambio de favores por lealtad o beneficios, adaptada a sus respectivos contextos históricos: el primero, mediante relaciones personales de dependencia entre patrón y cliente en sociedades jerárquicas, y la segunda, a través de redes informales que manipulan instituciones burocráticas modernas para beneficiar intereses particulares. Aunque la corrupción actual opera en marcos democráticos y legales, perpetúa desigualdades similares al clientelismo tradicional, funcionando como su versión encubierta y sistematizada. Esta comparación revela que la modernización institucional no basta para erradicar la corrupción, siendo necesario transformar la cultura política y fortalecer una ciudadanía crítica que exija una gobernanza transparente, ética y orientada al bien común.

XI. BIBLIOGRAFIA

- BADIAN, E., (1958)., «*Foreign Clientelae (264-70 B.C.)*». Ed.: At the Clarendon Press. Oxford.
- BADIAN, E., (1967). «*Foreign Clientelae (264-70 B. C.)*». Ed.: Oxford University London. Dayton.
- BARRINGTON MOORE, JR., (1978). «*Injustice: The Social Bases of Obedience and Revolt*». Londres. En: FINLEY, Moses. (1976) «*El nacimiento de la política*». Ed. Crítica. Barcelona.
- BASTANTE GRANELL, V., (2016). «*La buena fe contractual: un apunte histórico jurídico*». SHLR, Almería.
- BEARD, M., (2007). «*The Roman Triumph*». Ed.: Harvard University Press. UK.

- BOISSEVAIN, J., (1966). «*Patronage in Sicily*». Man, New Series, Vol. 1, N°.: 1., Published By: Royal Anthropological Institute of Great Britain and Ireland.
- CAMPAGNO, M., (2009). «*Parentesco, patronazgo y Estado en las sociedades antiguas*». 1ª ed. Compilación hecha por el mismo autor. En Historia de las Civilizaciones. Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires.
- CRAWFORD, M., (1981). «*La Republica Romana*». Ed.: Taurus. Madrid.
- DENIAUX, E., (2011). «*Patronage*». En N. Rosenstein, & M. Morstein-Marx, (Eds.) A companion to the Roman Republic. London
- DIONISIO DE HALICARNASO. (1984), «*Historia Antigua de Roma*». Trad.: Elvira Jiménez y Ester Sánchez. Ed.: Gredos. Madrid.
- GARNSEY, P; SALLER R. (1991). «*El Imperio romano*». Título original: *The roman Empire. Economy, society, and culture*. Trad: Jordi Beltrán. Ed: Editorial Critica, S. A. Barcelona.
- GELLNER, E., (1986). «*Patronos y clientes*», en: GELLNER, E. y otros, Patronos y clientes en las sociedades mediterráneas, Trad.: Jesús Manuel Fernández, Madrid, Ed.: Júcar, Serie Historia, N°: 7.
- GELLNER, E., (1986). «*Patronos y clientes*», en: GELLNER, E. y otros, Patronos y clientes en la sociedades mediterráneas, Trad.: Jesús Manuel Fernández, Madrid, Ed.: Júcar, Serie Historia, N°: 7.
- GELZER, M., (1969)., «*The roman nobility*». Ed.: Basil Blackwell. Oxford.
- HELLEGOUARC'H., J., (1972). «*Le Vocabulaire latin des relations et des partis politiques sous la République*». Ed.: les Belles lettres. París.
- JEHNE, M., «*Methods, Models and Historiography*». En N. Rosenstein & R. Morstein-Marx, (Eds.) A companion to the Roman Republic. London.
- JIMENEZ SANTOS, J., (2023). «*De la corrupción en la Antigua Roma a las actuales formas de corrupción. Una reflexión particular sobre el blanqueo de capitales*». Tesis doctoral. UNED.
- JIMENEZ SANTOS, J., (2023). «*De la corrupción en la Antigua Roma a las actuales formas de corrupción. Una reflexión particular sobre el blanqueo de capitales*». Tesis doctoral. UNED.
- LÓPEZ BARJA DE QUIROGA, P., (2016). «*Patronage and Slavery in the Roman World: The Circle of Power*». Ed.: Oxford Academic En Stephen Hodgkinson, Marc Kleijwegt, and Kostas Vlassopoulos (eds),

- The Oxford Handbook of Greek and Roman Slavery. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199575251.013.31>
- MOMMSEN, T. (1999) «*Compendio de derecho público romano*». Ed.: Analecta. Pamplona.
- NÖRR, D., (1996). «*La fides en el derecho internacional romano*». Seminario Complutense de Derecho Romano. Ursicino Álvarez, Madrid.
- NUÑEZ, J., «*El patronazgo en la República Romana, enfoques y cambios conceptuales*». Revista de Historia universal. Universidad de Buenos Aires.
- PAULA ARDANAZ, A., (2005). «*El clientelismo en la Roma clásica: las transformaciones de los vínculos clientelares con la llegada del imperio*». X Jornadas Inter escuelas/departamentos de Historia. Escuela de Historia de la Facultad de Humanidades y Artes. Universidad Nacional de Rosario. Rosario. <https://www.aacademica.org/000-006/530>
- PINA POLO, F., (2011). «*Mos maiorum como instrumento de control social de nobilitas romana*». Universidad de Zaragoza. Revista digital de la Escuela de Historia. Facultad de Humanidades y Artes. Ed.: Escuela de Historia, páginas, Rosario.
- SALAZAR REVUELTA, M., (2005). «*Formación en el Derecho romano y en la tradición romanística del principio de la buena fe y su proyección en el Derecho comunitario europeo*». Revista Internacional de Derecho romano.
- SUAREZ PIÑEIRO, A. M., (2002). «*Sobre el `papel de las relaciones de clientela y patronato en la política de la tardía republicana*». Departamento de Historia. Universidad de Santiago de Compostela. Santiago.
- TIM CORNELL; N. B. RANKOV; PHILIP A. G. SABIN. (1996). «*The Second Punic War: A Reappraisal*». Institute of Classical Studies, School of Advanced Study, University of London. London.
- VEYNE, P. (1992). «*Imperio Romano y Antigüedad Tardía*». Trad.: Pérez Gutiérrez, F., Ed.: Taurus Ediciones. En DUBY, G. y ARIES, P. (dir), Historia de la vida privada., Tomo 1. Madrid.
- VOMMARO, P.; COMBES, H., (2018). «*El clientelismo político: desde 1950 hasta nuestros días*». Ed.: Siglo XXI Editores Buenos Aires.
- WEINGROD, A., (1995). «*Patronazgo y poder*». En GEU.NER, E. y otros.

Otras fuentes

CICERÓN, «De Officiis»

JUVENAL. I, 117-126.

LIVIO, T., «Ab Urbe Concita Libri»

MARCIAL. VI. 88.

SALUSTIO. «Bellum Catilinae» y «Bellum lugurthinum»

SATYRICON. 140.

TACITO. «Annales» y «Historiae

Webgrafia

GARCIA BARCALA, J., (2014). «*Redes clientelares en Roma, un vicio heredado por el mundo moderno*». <https://www.cienciahistorica.com/2014/10/18/redes-clientelares-en-roma/>

