

encontrará una detallada cronología de la Historia de Roma, un glosario de términos latinos, una bibliografía seleccionada y una interesante webgrafía.

Se trata, pues, de una buena y puesta al día síntesis de la Historia de Roma, presentada con una redacción sencilla y amena, pero con el rigor propio de un buen investigador y gran conocedor de su contenido. Precisamente, esta concisión resulta una herramienta útil tanto en la consulta de un especialista como de un lector culto, interesado en unos conocimientos más profundos sobre la antigua Roma.

Una cultura que aún hoy es capaz de atraer, apasionar y hasta sorprender como expresa el profesor Javier Andreu en el prólogo de este libro, con el que compartimos su opinión sobre la actualidad de esta cultura, que sigue siendo clave y referente de nuestra propia civilización. Roma es el pasado de nuestro presente.

Bienvenido sea este libro útil y ameno a la comunidad científica. Como profesora universitaria agradezco al autor y a la editorial Nowtilus su trabajo que ha hecho posible que llegue a nuestras manos. Bienvenido también por ser una buena lectura que nos traslada a los inicios de nuestro mundo occidental.

Pilar FERNÁNDEZ URIEL

Universidad Nacional de Educación a Distancia

Gonzalo BRAVO – Raúl GONZÁLEZ SALINERO (eds.), *Propaganda y persuasión en el mundo romano - Actas del VIII Coloquio de la AIER*, Madrid, Signifer Libros, 2011, 579 pp. [ISBN: 978-84-938991-0-3]

La Asociación Interdisciplinar de Estudios Romanos (AIER) lleva realizando coloquios monográficos desde su fundación en 2001. Aquí acometemos la recensión de las actas del VIII Coloquio de la AIER centrado en la “Propaganda y persuasión en el mundo romano”. Dichas actas recogen las conclusiones de un fructuoso debate sobre el papel de estas propagandas así como de los medios de persuasión que iban conjunta o separadamente. De este modo, vemos la división de la obra con ciertas líneas definitorias.

El primer bloque del Coloquio trató sobre “Retórica y política”. Tuvo el honor de abrirlo el Prof. J. M. Blázquez, hablando sobre “Antiguas y recientes propuestas sobre la decadencia del Imperio romano” (pp. 21-43). En esta conferencia hace un breve repaso de las principales teorías, antiguas y modernas, que tratan de explicar este acontecimiento tan significativo. Se puede percibir cómo en las últimas décadas la mayoría de las publicaciones hacen hincapié en el elemento bárbaro, pero seguramente una de las obras más originales es la del francés P. Veyne, según el cual el hundimiento de Occidente fue en realidad un incidente inesperado, debido a un gran número de pequeñas causas y de pequeñas condiciones, que ocasionaron un alud.

La segunda conferencia, “El trasfondo del conflicto Senado-emperador a fines del siglo IV d.C.: estrategias de propaganda y persuasión” (pp. 45-58), vino de la mano del Dr. Gonzalo Bravo. Además de criticar la opinión de que en el siglo IV el Senado había tenido relevancia, como defienden algunos investigadores, el Profesor hace un repaso de los conflictos entre esta institución y el emperador, ya de tipo religioso, generalmente en el marco de tensión entre el paganismo y el cristianismo, ya de corte político.

En la ponencia siguiente, “Construir el asentimiento: el Panegírico II de Merobaudes a Aecio” (pp. 59-69), el Dr. David Natal Villazala analiza esta composición, identificada como una *gratiarum actio* en las últimas décadas, que habría sido escrita por Merobaudes posiblemente entre 435 y 446. En estas líneas, el autor fue capaz de reelaborar poéticamente la complicada realidad del Imperio, y al mismo tiempo alabó al general Aecio. Su objetivo, presentar a este militar como un héroe de Roma, y a la vez beneficiarse él mismo por estas críticas favorables, logró perdurar en el tiempo, como se puede leer por la obra de Procopio un siglo más tarde.

Un interesante estudio sobre la obra de Enodio lo ofrece Carmen Eguiluz Méndez, en “El Panegyricus regi Theodorico como instrumento de autolegitimación y propaganda regia” (pp. 71-78). El documento se centra en Teodorico, quien después de criarse en la corte bizantina de Zenón logró vencer a Odoacro y ser reconocido en el trono de Italia por Anastasio. Enodio lo escribió con una finalidad claramente propagandística, y Carmen Eguiluz se encarga de mostrar algunas contradicciones, como la falsa imagen de pacificador que se quería mostrar de Teodorico. Resalta además el hecho de que sea el primer panegírico aplicado a un rey germano.

El segundo apartado acomete el complejo tema de la propaganda desde momentos iniciales de la República, y cómo factores determinantes llevaron a encumbrar a la casa Julia al poder imperial.

La profesora Estela García Fernández en su intervención “La concesión de la ciudadanía romana como instrumento de dominio” (pp. 81-90) realiza unas anotaciones sobre la prosopografía latina, la cual ha legado un concepto de la concesión de ciudadanía como un acto de recompensa. Aquí García nos destruye ese falso mito, desvelando en los orígenes de esta acción un medio más de dominación romana, en algunos casos hasta forzosa, como es el ejemplo tusculano. Algo aparentemente tan anhelado como es la ciudadanía romana, se observa receloso en la zona lacial, elemento de obligación, castigo y destrucción política. Así, cuando Tusculum adquiere la ciudadanía, es destruido políticamente en el ámbito lacial, lo que benefició a Roma en su política expansionista.

El investigador Miguel Ángel Novillo, claro conocedor de la vida y obra de César, nos trae a colación una vez más la figura del líder militar asociada a su obra literaria en su ponencia “Fines e ideales propagandísticos en la obra de Cayo Julio César” (pp. 91-102). Novillo nos invita a reflexionar sobre la objetividad aparente de sus obras, ya que lejos de ser histórica, está formulada en clave alegórica y simbólica, demostrándonos los hechos y grandezas del general César, a modo de justificación propagandística como argumento de sus avances político-militares en sus dos grandes epopeyas: la Guerra de las Galias y su enfrentamiento con Pompeyo. Novillo nos muestra los recursos literarios de ésta obra, así como las trayectorias de propaganda

que siguió sin afán de mentira, teniendo que ver todo esto, tan solo como una estrategia política que cimentase su conciencia legítima de aspiración política.

La relación entre Cleopatra y César ha sido un tema arduamente tratado en la historiografía. De nuevo este tema es reabierto de la mano de Juan Luis Posadas en “Cleopatra en Roma: propaganda y libelos en época de Julio César” (pp. 103-117), quien en este ensayo apunta los conceptos clave en los que se basó la propaganda de la reina egipcia en la capital de Roma, y la de César, contraponiendo estos planes con la ardua crítica republicana a través de libelos que atacaban política y personalmente a estos dos. La conclusión de una reina denostada que quería embaucar a Roma hizo que estos planes fueran una política propagandística fallida para la reina.

El investigador Lucio Benedetti en “Formas de propaganda en la época augustea: sobre el culto a Augusto viviente en Perugia” (pp. 119-132), trae a debate la figura de Augusto en la ciudad mencionada. Inicia su disertación con el análisis de unos epígrafes que fueron encontrados en dicho centro en los años '20 del siglo XX. Benedetti los describe como prácticamente un *unicum* debido a su homogeneidad y serialidad, si acaso comparables a otros epígrafes emeritenses. Pese a no haber sido intensamente analizados, nos reporta unas sugerentes propuestas en base a posibles paralelos, dejando la puerta abierta a ulteriores revisiones. Continúa su propuesta sobre la figura de este emperador con otras dos pruebas epigráficas en honor a Augusto, pero dada su fragmentación, no ha faltado la polémica en tanto en cuanto a su restitución global. Lo que está claro y Benedetti vuelve a poner de manifiesto, es la presencia de Augusto en Perugia como método de persuasión de su figura, sobre todo para el reconocimiento como *restitutor* en contraposición a la figura de destructor que tuvo antaño.

La profesora Pilar Fernández Uriel y la investigadora Aurora Molina realizan un repaso numismático de las acuñaciones de los años 68-69 para ver la crisis política acaecida en Roma tras el suicidio de Nerón y el año de los cuatro emperadores. “Numismática y propaganda política en el año 68/69: propuestas para una crisis” (pp. 133-159). La acuñación monetar fue sin duda un medio rápido en la propaganda política y prácticamente el único posible debido a la brevedad de la duración de éstos en el cargo. Aquí, Fernández Uriel y Molina llevan a cabo un estudio de los tipos para poder extrapolar las vías propagandísticas que desarrolló cada uno. La acuñación va condicionada según el metal, pero debido al origen militar de estos emperadores, predominan las alusiones a Marte, a la Victoria y a las provincias que les sirvieron de apoyo para llegar al principado, Hispania eminentemente en los casos de Galba y Otón y Germania en el caso de Vitelio.

De gran interés es el artículo de Gustavo Sanz Palomera “Crisis alimentarias y propaganda en el Alto Imperio romano” (pp. 161-175), quien analizando los tipos iconográficos de las monedas que tienen la personificación de la *Anonna*, y poniéndolos en contraposición con determinados hitos históricos y políticos que acontecen la historia económica durante el gobierno de los emperadores del Alto Imperio, nos descubre un interesantísimo y acertado estudio sobre el empleo propagandístico de esta personificación con el fin de glorificar, por norma general, la resolución de determinados problemas económicos, generalmente asociados a hambrunas. Sea como

fuere, un estudio de gran espectro de análisis que abre un mundo de posibilidades a pensar y debatir.

El caso de las calzadas viene dado en “Calzadas romanas, ¿propaganda o utilidad?” (pp. 177-209) por Jesús Rodríguez Morales, quien nos trae una útil recopilación del estudio de las calzadas, así como el trato de la historiografía a los trabajos que desde el siglo XVI vienen abarcando este tema. Pese a ese útil análisis, quizás se echa de menos esa discusión que promete el título de divergencia entre propaganda o utilidad, ya que no llega a mostrarnos claramente ese uso propagandístico así como de qué manera lo acometieron. Esperemos verlo en futuros trabajos.

Introduciéndonos en el tercer apartado que acomete algunas propuestas sobre el evergetismo y el poder local, empezamos con la propuesta de Mauricio Pastor Muñoz sobre la propaganda electoral en relación con los *ludi romani* “Propaganda electoral y *ludi romani*” (pp. 213-230). Es un tema de profusa investigación aunque Pastor lo acomete de forma que reflexiona sobre el poder de influencia que pudo tener el patrocinio de éstos, así como la publicidad en los espacios públicos pompeyanos y las noticias en las fuentes escritas, para poder ver si de verdad pudieron influir en la elección de magistrados públicos. Pastor concluye que si bien no fueron determinantes para la obtención de cargos públicos, el patrocinio de candidaturas con estos *ludi* hacía declinar definitivamente la balanza en muchos casos.

Una visión de este evergetismo se puede ver a nivel local a través de la epigrafía de los *municipia* o *coloniae*, bien en sus foros hacia personajes públicos que habían destacado en la propia comunidad, bien al emperador, su familia o advocaciones que tienen que ver con éste o del modo de dispensar elogios públicos de carácter funerario a personajes de la élite local. Así, la investigadora Eva María Morales Rodríguez en “Propaganda política y espacios públicos de la Bética” (pp. 231-241), resume los tipos de pago público o privado y concluye con la evidencia bien fundamentada de que las élites locales tuvieron mejores espacios urbanos para mantener activo el juego propagandístico y evergético propio de los altos cargos, magistrados y las élites locales.

Bruno P. Carcedo de Andrés hace un análisis de la evergesía en la Península Ibérica a través de los grafitos “Fenómenos evergéticos y promoción personal” (pp. 243-253). Éste desarrolla conclusiones sobre el evergetismo y la romanización peninsular a través del estudio epigráfico en porcentajes. Con ello, determina según el que “las zonas más romanizadas” serían la Bética y la Tarraconense, así como otro análisis de epigrafía evergética según el sexo y los cargos.

Alfonso López Pulido en “Evergetismo y liberalidades en el Oriente romano” (pp. 255-265) afronta este tema quizás de una manera poco profunda. Define y se adentra en las causas del evergetismo romano y su posible desaparición. López expone el evergetismo solamente en Grecia y se echa de menos un mayor ahondamiento en el análisis práctico, así como en otras zonas del Oriente romano (como reza el título). Sea como fuere, la conclusión final expone la interesantísima posibilidad de reconocer el punto más álgido de importancia de las ciudades griegas en época romana, en contraposición con lo que la historiografía nos ha llevado a pensar que fue en época clásica o helenística.

Comenzó el cuarto bloque, “Cristianismo”, Juana Torres Prieto, con “La retórica como arma de propaganda y persuasión en la literatura polémica cristiana: el Discurso contra los griegos de Taciano” (pp. 269-278). Tras comentar de forma general la utilización de la retórica por diferentes figuras del cristianismo para difundir sus ideales, focaliza el ensayo en la figura de Taciano. Su discurso ha sido muy estudiado, pero la originalidad de la investigación radica en que se centra en el manejo de los recursos retóricos y de los diferentes argumentos contra el helenismo. De hecho, es a los griegos a quienes va dirigida, como explica de forma bien razonada Juana Torres.

Seguidamente leyó su estudio Raúl González Salinero, que versa sobre “Doctrina, disciplina y disuasión: la reacción eclesiástica ante la convivencia con los judíos en la Elvira del siglo IV” (pp. 279-293). El ámbito de la conferencia se restringe en este caso a la ciudad de Elvira, la antigua Iliberri, concretamente los dos documentos del siglo IV que se conservan, esto es, el referente al sínodo que estableció una serie de normas de actuación de los cristianos y los escritos de San Gregorio, varias décadas más tardíos. De ambos se pueden extraer diferentes aspectos relativos a la vitalidad que tenían las comunidades judías, y su relación con las cristianas.

Termina este grupo Silvia Acerbi, con “Concilios y propaganda eclesiástica en el siglo V: estrategias de persuasión y adquisición del consenso al servicio del poder episcopal” (pp. 295-306). No cabe duda de que la oratoria fue un instrumento esencial para la predicación del pastor y el aumento de poder de las jerarquías eclesiásticas. Pero no era el único, como aquí señala Silvia Acerbi. También se servían de los supuestos milagros, la presencia de reliquias o la taumaturgia; además, eran fundamentales las redes clientelares.

A continuación, los asistentes al coloquio pudieron disfrutar de tres conferencias vinculadas al ámbito bélico, “Guerra y ejército”. La primera le correspondió a Julio Gómez, quien habló sobre “El discurso de exhortación militar: recreación propagandística de un locus al servicio de la *auctoritas* imperial” (pp. 309-324). De entrada, comenzó señalando que era precisamente la *adlocutio* el principal mecanismo de propaganda en este campo, algo que los emperadores supieron explotar tanto en la literatura como en la iconografía. Tomando como referencia la numismática, Julio Gómez demuestra que fue un motivo recurrente en las acuñaciones hasta, al menos, el siglo IV.

Francisco Fernández nos traslada a la actual Escocia, con “Las placas legionarias de piedra del Muro de Antonino” (pp. 325-349). A grandes rasgos, la ponencia trató sobre distintos aspectos de las placas en las que distintos individuos de las legiones que intervinieron en la construcción de esta estructura (*II Augusta*, *VI Victrix* y *XX Valeria Victrix*) dejaron por escrito diversas frases para el recuerdo. No se indica la fecha ni el gobernador del momento, pero sí el emperador. La finalidad era la propaganda, pero ¿qué efecto tuvo con el paso de los siglos? En opinión del autor, sí mantuvo este objetivo aunque transformándose y adaptándose a un nuevo ámbito.

Cierra este apartado Javier Cabrero, tratando un tema sin duda interesante: “La marina militar romana como elemento de disuasión para la conquista” (pp. 351-364). Si alguien se pregunta si la marina podía frenar una conquista, la respuesta más lógica que le viene a la mente es que no. Sin embargo, Javier Cabrero plantea la posibilidad contraria, al menos si nos ceñimos en la época republicana. Y parte de razón tiene, ya

que hizo un breve repaso de la historia naval romana en la que se pudo comprobar que en pocas ocasiones supieron llevar a cabo una guerra marítima eficaz, y que las naves eran utilizadas normalmente para el transporte de tropa y, como un último recurso, para el combate.

Pasamos pues, al quinto y último apartado de la monografía previo a las comunicaciones que versan sobre el poder de la imagen.

El análisis filológico relativo a las inscripciones mágicas y su interpretación, llevan a Sabino Perea y Domingo Saura, en “El lenguaje coactivo en la magia grecorromana y en los exorcismos” (pp. 367-399), a demostrar cómo determinados medios de fórmulas mágicas y exorcismo eran un medio potente y popular de persuasión psicológica entre la sociedad romana. Encontramos conjuros contra enemistades personales, contra daimones, exorcismos... Esta persuasión tiene un carácter reglado por la imperiosidad, la puesta por escrito de la magia, las palabras del mago o del repertorio mágico.

En “Obeliscos para las urbes: una manifestación de propaganda política de los emperadores romanos” (pp. 401-412), Francisco Javier Guzmán realiza un estudio de los obeliscos como medio de propaganda política y económica, vinculando su existencia y capacidad propagandística, con la de la *Anonna* y el trigo, ya que de donde viene este cultivo, vienen los obeliscos y es un claro punto de relación. Según Guzmán, es un signo de quién alimenta al pueblo y a su vez de dónde procede. Así, en el siglo IV Constantinopla se descubre como otra gran urbe del Imperio y necesita, al igual que Roma, un aprovisionamiento de grano y por ende también recibe estos monolitos pétreos. Teodosio inicia la importación de dichos monumentos para Constantinopla y Roma, símbolo de su dominio en ambas zonas del imperio (aunque esto no se podrá llevar a cabo). También, la erección del obelisco del Circo Máximo por Constancio, fue una *aemulatio* de Augusto, que no deja de ser otra forma de propaganda. Los valores que enarbola este símbolo, siempre aluden a la victoria (ante usurpadores), munificencia y *potentia*.

Y mediante la investigación de Mercedes López Pérez, “Autoritarismo, persuasión y didáctica de la medicina en la obra de Galeno” (pp. 413-421), podemos ver un análisis de la obra de este personaje tan relevante. En ella también se observa la persuasión, quedando demostrado que sus técnicas le llevaron a convertirse en un famoso médico de la urbe de Roma, cosa nada fácil entre tantos médicos griegos. El análisis de López, desvirtúa la figura de éste para demostrarnos sus artimañas poco limpias y su egocentrismo.

La profesora Elena Castillo Ramírez nos recuerda en su artículo, “Metáforas poéticas, metáforas icónicas: la metaforización de las virtudes del buen gobernante como forma de propaganda política” (pp. 423-440), la importancia de determinados valores del mundo romano, sobre todo en lo que atañe a gobernantes. En el ideario griego y latino, la imagen prototípica del *optimus princeps* (claramente una justificación teórica del gobierno monárquico) debe enarbolar providencia, justicia, paz, piedad y felicidad. A nivel popular, también existen determinadas alusiones. Esto se puede ver en la iconografía a través del uso de mitos que aludan a ciertos valores o situaciones. Un interesantísimo análisis, más allá de la mera percepción iconográfica y mitológica

que ahonda en las profundidades de la psicología y el pensamiento grecorromano. Una útil aportación científica para cerrar el coloquio.

Pasando a las comunicaciones, el turno lo abre Julián Jiménez Escalona con “*Basileus-Princeps*: la propaganda numismática” (pp. 443-457). Éste analiza el ideario de los príncipes helenísticos, desde Alejandro como primer y principal referente, hasta los Césares romanos (especialmente Augusto). Cuenta cómo estos últimos adquirieron para su propaganda numismática la trasposición de alusiones militares y divinas para enaltecer su carácter de *princeps* o de *basileus* a la romana, en su triple papel militar-gobernante-sacerdote. Este uso a través de la iconografía es una clara forma de perpetuación y persuasión en el más amplio y popular medio de propaganda a todos los niveles: la numismática.

Pablo Aparicio Resco resume la propaganda política que Augusto llevó a cabo con las bases que había sentado Julio César, en “Los primeros pasos de la propaganda política de Augusto: Julio César, *Venus Genetrix* y el *Sidus Iulium*” (pp. 459-471). Con estilo a la arqueología filológica este análisis concluye con la posibilidad de que Octavio hubiera sabido de la presencia del cometa que se interpretó como el *Sidus Iulium* desde su estadía en Apolonia.

Héctor Valiente y Santiago Belda hacen una relectura de las fuentes clásicas como el “Agrícola” de Tácito o la “Guerra de los Judíos” de Flavio Josefo. En “De Judea a Britania: el ‘poder’ de la palabra en la Roma imperial” (pp. 473-483), se comprueba cómo con estas lecturas focalizadas en buscar tintes persuasivos en la literatura latina, afloran los tintes políticos y militares que los cubrieron, como forma de persuasión del dominio romano en tierras tan dispares como Britania y Judea.

Marta Bailón García trae a colación, en “Publicidad de candidatos en la vida política de una comunidad: los *tituli picti* pompeyanos vistos como cartel electoral” (pp. 485-496), un documento fundamental para entender la política de una colonia romana como es la campaña política de Pompeya. Haciendo un análisis de los *tituli picti*, se pueden ver en primicia las técnicas de propaganda política que se estaban llevando a cabo en esta ciudad, desde el mensaje, la forma y la ubicación de dicha propaganda.

Varios siglos más tarde, concretamente a mediados del siglo III, se acuñan las monedas analizadas por Carlos Crespo Pérez, en “La propaganda imperial en la numismática del emperador Decio” (pp. 497-514). Este principado duró tan sólo dos años, pero ello no fue óbice para tratar de poner en marcha una amplia reforma, que se vio detenida tras su muerte. De forma breve y concisa, el autor repasa los diferentes tipos de las acuñaciones de Decio: la celebración del ascenso al poder, las victorias sobre los godos... En definitiva, imágenes cuya finalidad principal es subrayar el carácter divino y el prestigio del emperador.

La siguiente intervención vino de la mano de Francisco Javier Fuertes Martín: “Los demonios como instrumentos de propaganda del *Holy Man* cristiano en la hagiografía de la Antigüedad tardía: una aproximación” (pp. 515-526). La propaganda de corte cristiano supo utilizar a estas figuras, los daemones, en su propio beneficio. Sirviéndose de la hagiografía para analizar la interacción entre el *Holy Man* y los demonios, comprueba que el exorcismo exitoso repercutía favorablemente en la fama del santo.

A continuación, habló Lourdes Orozco Torres sobre “Los viajes de la emperatriz Eudocia a los Santos Lugares: dos manifestaciones de propaganda del régimen político de Teodosio II” (pp. 527-540). Tras una breve introducción sobre Pulqueria, otra mujer muy importante en su época y que supo utilizar eficazmente los Santos Lugares como propaganda de su hermano, el emperador Teodosio II, Lourdes Orozco relata cómo Eudocia se sirvió de este mismo mecanismo para tratar de aumentar su popularidad y, más adelante, disimular su exilio.

El joven investigador Manuel Parada López de Corselas fue el encargado de leer la siguiente comunicación, que versaba sobre “Etimasía: el prestigio de un Imperio, la gloria de lo invisible. Reflexiones sobre estética, cultura visual e imagen simbólica en el arte paleocristiano y bizantino” (pp. 541-558). Desde un enfoque artístico e iconográfico, muestra diversas analogías entre el arte y la liturgia cristiana y la propaganda imperial, además de subrayar el aumento en poder e influencia de la Iglesia.

Finalmente, el VIII Coloquio de la AIER se cerró con la intervención de Roberto Quirós Rosado y su comunicación “Máscara del poder, disuasión de privanzas: la imagen política de Elio Sejano en la tratadística hispánica del reinado de Carlos II” (pp. 559-579). En este caso se da un salto considerable en el tiempo, hasta la época del último Austria en España. La opinión que se tenía entonces del que fuera “valido” del emperador Claudio es ciertamente negativa. Pero detrás de este dato se esconden, como indica de forma acertada Roberto Quirós, una serie de aspectos muy a tener en cuenta, como son la decadencia de la figura del valido en el trono hispano, especialmente por un exceso de ambición, y el que las fuentes antiguas (Tácito sobre todo) ofrecen una historia totalmente crítica hacia este personaje.

Sergio ESPAÑA CHAMORRO - Diego CHAPINAL HERAS
Universidad Complutense de Madrid

Luz NEIRA (ed.), *Mitología e Historia en los mosaicos romanos*, Madrid, Ediciones J.C., 2010, 175 pp., 25 figs. [ISBN: 978-84-95121-56-1] y Luz NEIRA (coord. y ed.), *Representaciones de mujeres en los mosaicos romanos y su impacto en el imaginario de estereotipos femeninos*, Madrid, Creaciones Vincent Gabrielle, 2011, 257 pp., 181 figs. [ISBN: 978-84-92987-11-5]

La profa. Dra. M^a Luz Neira es profesora de Historia Antigua en la Universidad Carlos III de Madrid. Se ha especializado en mosaicos romanos. Es muy conocida dentro y fuera de España por sus publicaciones sobre pavimentos romanos, no desde el punto de vista temático o estilístico, sino desde una perspectiva histórica. Le interesa el mito en los mosaicos y la repercusión de la Historia en ellos, o diferentes aspectos de la vida de las mujeres, que son temas eternos, y la Antigüedad Clásica ilustra la diferente problemática de la mujer antigua reflejada en la mujer moderna.

Este método de tratar diferentes aspectos de la Antigüedad justifica los estudios del Mundo Clásico en el Mundo Moderno, si no, los estudios clásicos se convierten en antiguallas y en objetos de museo, sin impacto en la actualidad.