

Jesús como Mediador en el Evangelio de Marcos

Santiago Guijarro Oporto

UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA

Esther Miquel Pericás

INVESTIGADORA INDEPENDIENTE

RESUMEN La imagen de Jesús como mediador, que en algunos textos cristianos se relaciona con su muerte (1 Tm 2,5; Hb 8,6; 9,15; 12,24), aparece también en el Evangelio de Marcos como clave de toda su actuación. Sin embargo, a diferencia de esos otros textos, Marcos no recurre a un esquema religioso para definir esta imagen de Jesús, sino al modelo social ampliamente difundido de las relaciones de patronazgo que le permiten describirlo como el intermediario entre Dios y su pueblo. Su condición de Hijo de Dios y su actuación como dispensador de los beneficios divinos, le identifican como el intermediario a través del cual Dios se relaciona con su pueblo.

PALABRAS CLAVE Mc 1,9-15, Cristología, Relaciones de patronazgo.

SUMMARY *The image of Jesus as a mediator that in some Christian texts is related to his death (1 Tm 2:5; Hb 8:6; 9:15; 12:24), appears also in the Gospel of Mark as a key to his whole mission. However, unlike those other texts, Mark does not use a religious pattern to construct this image of Jesus. Instead he draws on the widespread social model of patronage relationships to portray him as the broker between God and his people. His status as the Son of God and his acting as the agent of divine benefits, identify him as the mediator through which God interacts with His people.*

KEY WORDS *Mark 1:9-15, Christology, Patronage Relationships.*

En los primeros escritos cristianos, Jesús recibe explícitamente el título de “mediador”. En la Primera Carta a Timoteo se dice de él que es “el único mediador entre Dios y los hombres” (1 Tm 2,5), y la Carta a los Hebreos le presenta varias veces como el “mediador de una nueva alianza” (Hb 8,6; 9,15; 12,24). En estos textos la caracterización de Jesús como μεσίτης se entiende en el marco de la teología israelita de la alianza, que consideraba a Moisés

como el “mediador” por excelencia: Jesús es el mediador de la nueva alianza que Dios ha establecido con los hombres a través de su muerte¹.

Sin embargo, esta forma de entender la mediación no agota la comprensión que los primeros cristianos tenían de Jesús como mediador. Aunque no usen explícitamente el término, las tradiciones más antiguas y en especial los primeros relatos sobre Jesús, los evangelios, reflejan una interesante y particular comprensión de su función mediadora. Dichas tradiciones entienden la mediación, no a partir de categorías teológicas, sino desde la experiencia cotidiana de quienes vivían en aquella cultura.

En este estudio vamos a analizar un pasaje que es especialmente significativo en este contexto: la breve presentación de Jesús con que comienza el Evangelio de Marcos (Mc 1,1-15). Este pasaje es significativo porque se encuentra en el evangelio más antiguo y porque tiene la intención expresa de decir a sus destinatarios quién es Jesús, para que puedan comprender el sentido de su actuación y de su enseñanza. Nuestra tesis es que la principal intención de Marcos al redactar estas escenas iniciales de su evangelio fue legitimar a Jesús como mediador entre Dios y su pueblo, tomando como referencia la institución social del patronazgo, en la que el intermediario tenía un papel bien definido². Esta intención se revela en la peculiaridad literaria de este comienzo y en las pautas culturales sobre las que construye la presentación de Jesús a lo largo de todo su evangelio.

1. LA PECULIARIDAD LITERARIA DEL COMIENZO DE MARCOS

La identificación del género literario es fundamental para comprender la intención del autor de una obra, pues sólo conociendo el modelo literario que utiliza podemos determinar las claves que permiten interpretarla correc-

1 Sobre el uso de μεσίτης en el judaísmo y en los primeros escritos cristianos, véase A. OEPKE, “μεσίτης κτλ”; en: G. KITTEL (ed.), *Theological Dictionary of the New Testament* IV (Grand Rapids, MI 1967) 598-624.

2 Sobre la naturaleza y la intención de este comienzo desde un punto de vista de la exégesis tradicional, véase R. TREVIJANO, *Comienzo del evangelio. Estudio sobre el prólogo de San Marcos* (Burgos 1971), y H. J. KLAUCK, *Vorspiel im Himmel. Erzähltechnik und Theologie im Markusprolog* (Neukirchen – Vluyn 1997).

tamente. Cada género tiene una forma propia de construir el mensaje que el autor quiere transmitir a sus destinatarios. La literatura antigua, que en gran medida fue heredera e imitadora del arte retórico, tenía como principal objetivo la persuasión. Existía un catálogo bien establecido de formas y géneros literarios que se adaptaban a finalidades distintas. Este es el marco que permite identificar la naturaleza y la finalidad del Evangelio de Marcos.

Tras un largo periodo en que la mayoría de los estudiosos del Nuevo Testamento ha defendido la novedad y singularidad absoluta de la forma literaria “evangelio” y la consiguiente imposibilidad de comparar los escritos de Mateo, Marcos, Lucas y Juan con otras obras literarias de la época, cada vez son más los que consideran esta posición un *a priori* teológico e intentan averiguar entre qué tipo o tipos de literatura habrían colocado los lectores antiguos los cuatro evangelios canónicos³. La tesis a nuestro entender mejor argumentada y la que, por tanto, adoptamos en este estudio es la defendida por R. A. Burridge, quien incluye a los evangelios canónicos en el género de la biografía helenística, que los griegos llamaban βίος y los latinos *vita*⁴.

Ahora bien, esta afirmación general acerca del género literario de los evangelios resulta problemática, precisamente, a la hora de determinar la función del comienzo de Marcos. El problema consiste en que Marcos empieza su obra de una forma que era poco común en las biografías antiguas, pues aparentemente no incluye algunos de sus rasgos más característicos. Lo que le falta a la vida de Jesús escrita por Marcos para ser una biografía correctamente construida según los cánones literarios antiguos es una información básica acerca los orígenes ilustres del protagonista⁵.

La mayor parte de las biografías helenísticas que conocemos comienzan mencionando una serie de rasgos sobre los orígenes del protagonista, que le hacen digno del reconocimiento social y del interés del lector antes in-

3 La discusión acerca del género literario de los evangelios es un capítulo amplio de la investigación reciente. Un resumen de la misma puede verse en D. E. AUNE, *El Nuevo Testamento en su entorno literario* (Bilbao 1993) 23-99.

4 R. A. BURRIDGE, *What Are the Gospels? A Comparison with Graeco-Roman Biography* (Cambridge 1992). Véase también: D. FRICKENSCHMIDT, *Evangelium als Biographie. Die vier Evangelien im Rahmen antiker Erzählkunst* (Tübingen 1997).

5 Sobre el comienzo de las biografías helenísticas y la peculiaridad de Marcos en este aspecto, véase S. GUIJARRO, “Why Does the Gospel of Mark Begin as it Does?”: *Biblical Theology Bulletin* 33 (2003) 28-38.

cluso de conocer sus cualidades morales. Entre las condiciones típicamente mencionadas están: progenitores honorables y ancestros ilustres, patria renombrada o famosa, y una educación esmerada en escuelas prestigiosas o bajo la tutela de personajes importantes⁶. Nacimiento y educación constituyen aquella parte de su prestigio social que la cultura mediterránea antigua consideraba hereditaria o perteneciente al grupo familiar, y a la que los antropólogos suelen denominar “honor adscrito”.

En las culturas de orientación colectivista, en las que la identidad personal se construye a través de categorizaciones grupales y se vive como sentimiento de pertenencia grupal, el honor adscrito tiene tanta importancia o más que el honor adquirido mediante logros o méritos propios⁷. El honor adscrito es el valor que la sociedad reconoce al individuo por el simple hecho de pertenecer a una determinada categoría grupal, independientemente de que esa pertenencia sea o no voluntaria. En las sociedades mediterráneas antiguas el honor adscrito está predominantemente asociado al grupo familiar y al papel que la persona desempeña en el interior de ese grupo. Es un prestigio que se hereda de los padres y ancestros, se comparte con los miembros vivos de la familia y se lega a los descendientes⁸. El honor adquirido por el individuo en virtud de sus propias virtudes o logros personales tampoco le pertenece sólo a él, sino que contribuye al engrandecimiento del honor grupal. La fama o renombre de la patria depende también del prestigio adquirido en el pasado por los habitantes del lugar y forma parte del honor ad-

6 En algunos casos se mencionan también hechos extraordinarios que la leyenda relaciona con la llegada al mundo del protagonista: fenómenos celestes llamativos, formas extraordinarias de concepción, sueños premonitores, oráculos, acontecimientos bélicos o políticos de gran significación, etc. Véase J. H. NEYREY, *Honor y Vergüenza. Lectura cultural del evangelio de Mateo* (Salamanca 2005) 147-149.

7 La distinción entre culturas de orientación colectivista y culturas de orientación individualista es muy útil para determinar las diversas formas de construir la identidad. La cultura mediterránea antigua es un ejemplo de cultura colectivista, en el que la identidad se construye, en gran medida, a través de la identificación con un grupo y con su honor. Véase: H. C. TRIANDIS, *Individualism and Collectivism* (Boulder – Oxford 1995) 43-80.

8 Sobre el honor como patrimonio del grupo familiar, véase S. GUIJARRO OPORTO, *Fidelidades en conflicto. La ruptura con la familia por causa del discipulado y de la misión en la tradición sinóptica* (Salamanca 1998) 117-125.

crito de un individuo, es decir, del valor que le reconoce la sociedad y que genera expectativas en relación con su forma de actuar⁹.

Puesto que la orientación colectivista de la cultura mediterránea antigua subraya la idea de que la persona debe en gran medida su carácter moral a las categorías que comparte con el grupo al que pertenece, y puesto que las biografías antiguas tratan sobre todo del carácter moral de sus protagonistas, no es raro que casi todas empiecen haciendo una exposición cuidadosa de su honor adscrito, que es la base sobre la que se desarrollarán sus virtudes morales¹⁰. Esto es, precisamente, lo que harán más tarde Mateo y Lucas al comienzo de sus respectivas biografías sobre Jesús, pero lo que encontramos en Marcos es otra cosa y tenemos que preguntarnos por qué¹¹.

Podría responderse a esta pregunta diciendo que Marcos no conocía nada acerca de los orígenes de Jesús. Sin embargo, algunas informaciones que se encuentran dispersas por su relato indican que sabía lo suficiente. Sabía, por ejemplo, que Jesús era originario de una aldea de Galilea llamada Nazaret (Mc 1,9), y que era galileo (Mc 14,70). Conocía también el nombre de su madre y de sus hermanos y hermanas, aunque no el de su padre (Mc 6,3). También podía saber algo acerca de su educación, pues conocía su oficio (Mc 6,3). Si Marcos no dice nada sobre la familia, la patria y la educación de Jesús al comienzo de su evangelio no es porque desconociera los orígenes de Jesús, sino porque lo que conocía acerca de ellos no serviría para ensalzar su honor adscrito¹².

9 Sobre el honor como valor central de la cultura mediterránea y sobre la distinción entre honor adscrito y honor adquirido, puede verse B. J. MALINA – J. H. NEYREY, "Honor and Shame: Pivotal Values of the Mediterranean World", en: J. H. NEYREY (ed.), *The Social World of Luke-Acts. Models for Interpretation* (Massachusetts, MA 1991) 25-65.

10 Esta exigencia de carácter psicosocial está reforzada por lo que parece haber sido la evolución histórica del género literario de la biografía a partir del encomio: BURRIDGE, *What Are the Gospels?*, 61-69.

11 Una presentación detallada de la forma en que Mateo elabora su relato de la infancia de Jesús (Mt 1-2), siguiendo de cerca el modelo de las biografías helenísticas, que desarrollan las pautas del encomio, puede verse en NEYREY, *Honor y vergüenza*, 143-166.

12 Marcos sabía que los orígenes de Jesús podrían suscitar entre sus contemporáneos perplejidad e incluso críticas semejantes a las que encontramos en el Evangelio de Juan. Nazaret era una aldea insignificante de la que nada podía esperarse: "¿Acaso puede salir algo bueno de Nazaret?" (Jn 1,46); y además los judíos tenían una visión negativa de los galileos: "Investiga y verás que de Galilea no puede salir un profeta" (Jn 7,52). Por otro lado, los lectores de Marcos

En el comienzo de su biografía, Marcos podría haber elaborado teológicamente los datos que conocía sobre los orígenes de Jesús para construir un relato de su nacimiento, como de hecho hicieron más tarde Mateo y Lucas (Mt 1–2; Lc 1–2), pero eligió otro camino, porque su intención era presentar a Jesús como alguien cuyo prestigio estaba ligado, no a sus orígenes familiares, sino a su condición de mediador o intermediario entre Dios y los hombres. Podemos, pues decir que, a pesar de distanciarse de los cánones culturales de las biografías al uso, sí respetó la preceptiva que exigía empezar una biografía hablando del honor del protagonista¹³. Con este fin elaboró un relato introductorio compuesto por tres episodios o escenas cuyo argumento central es la legitimación divina de la función religiosa de Jesús¹⁴.

Como mostraremos a lo largo de las páginas que siguen, el empeño de Marcos en legitimar la función mediadora de Jesús no termina en el relato introductorio de su obra. La discusión en torno a este tema es, de hecho, uno de los argumentos principales que contribuyen a crear la trama de todo el evangelio. Aparece en múltiples insinuaciones y preguntas acerca de la iden-

dífcilmente otorgarían valor o estatus a un carpintero nacido en una pequeña aldea como Nazaret.

13 Los retóricos de la época consideraban la posibilidad de componer un *enkomion* incluso en el caso de que el personaje careciera de las cualidades que deben ensalzarse para mostrar su honor adscrito. Teón de Alejandría, un maestro de retórica contemporáneo de Marcos, daba este consejo al respecto: “En el caso de que no poseyera ninguna de las cualidades mencionadas, habría que decir que no era un vulgar infeliz, ni un delincuente sin recursos, ni un esclavo indigente y que, aún procediendo de una ciudad pequeña, llegó a ser ilustre”: E. TEÓN, “Ejercicios de retórica”, en: M. D. RECHE (ed.), *Ejercicios de retórica* (Madrid 1991) 126-127.

14 M. J. BORG, *Jesus. A New Vision. Spirit, Culture, and the Life of Discipleship* (San Francisco, CA 1987) 53 n. 7, observó que el ritual de iniciación de Jesús narrado en el bautismo y las tentaciones tiene sorprendentes similitudes con la iniciación de los chamanes en otras culturas. Esta sugerencia ha sido desarrollada por P. Craffert y J. Pilch. El primero de estos autores incluye a Jesús en el tipo de intermediarios religiosos que describe a través de un conjunto de rasgos llamado ‘complejo chamánico’: P. F. CRAFFERT, “Jesus and the Shamanic Complex: First Steps in Utilising a Social Type Model”: *Neotestamentica* 33 (1999) 321-342; J. J. PILCH, “Altered States of Consciousness in the Synoptics”, en: G. THEISSEN – W. STEGEMANN – B. J. MALINA (eds.), *The Social Setting of Jesus and the Gospels*, (Minneapolis, MN 2002) 103-115. En nuestra opinión es muy improbable que Marcos se inspirara en dicho complejo. Pensamos, más bien, que adaptó a su cultura las pautas del modelo social transcultural del ritual de transformación de estatus.

tividad de Jesús (Mc 6,14-16; 8,27-30) y se hace particularmente explícito en muchas de las controversias o confrontaciones dialécticas con sus oponentes (Mc 2,1-3,6; 11,27-12,37). La ubicuidad del tema no resta, sin embargo, importancia a la singularidad con la que aparece tratado en el relato introductorio, y que indudablemente se debe a la función literaria que desempeña como sustituto de las introducciones biográficas al uso. Así, a diferencia de lo que ocurre en el resto de la obra donde son fundamentalmente las acciones y palabras de los personajes los que van informando acerca del papel desempeñado por Jesús, en este relato es el propio narrador quien expone en tono solemne y atemporal lo que sólo él sabe acerca de la función eminente que Dios ha asignado a su protagonista. Es de esperar que en estos tres episodios que Marcos ofrece a sus destinatarios como obertura de su biografía sobre Jesús se encuentren algunas de las claves esenciales para la correcta interpretación de toda obra.

Respetando, pues, esta distinción, comenzaremos el análisis de la función mediadora de Jesús en el evangelio de Marcos con un estudio pormenorizado del relato introductorio que servirá de punto de partida al recorrido, necesariamente más rápido, del resto del evangelio.

2. LA PRESENTACIÓN DE JESÚS EN MC 1,9-15

Marcos da comienzo a su evangelio con un “prólogo” (Mc 1,2-3) y un díptico en el que presenta en paralelo la actividad profética de Juan (Mc 1,4-5) y el bautismo de Jesús (Mc 1, 9-15)¹⁵. Una consideración atenta revela que tanto la estructura como los contenidos de estos quince versículos han sido elaborados con la intención de resaltar el honor de Jesús.

Ya en el prólogo, el anuncio profético de Is 40,3, que originalmente se refería a la venida del mismo Dios, se aplica a Jesús, a quien se da el título de “Señor”. La caracterización de Juan el Bautista de acuerdo con el tipo ilustre del profeta (Mc 1,4-8) también contribuye a resaltar el honor de Jesús, pues

15 Seguimos aquí las conclusiones del análisis literario de KLAUCK, *Vorspiel im Himmel?*, 21-34.

Véase también M. E. BORING, “Mark 1:1-15 and the Beginning of the Gospel”: *Semeia* 52 (1990) 43-81.

de esta manera, el anuncio de su llegada y su identificación con el “Más fuerte” adquieren la solemnidad y la autoridad de la palabra profética. Finalmente, la presentación de Jesús (Mc 1,9-15) viene a confirmar todo lo que el profeta Isaías y el profeta Juan han dicho sobre él. El elemento principal de esta presentación es la visión que sigue al bautismo, en la que a través del descenso del Espíritu y de la voz del cielo se hace patente el origen del honor adscrito de Jesús. Éste es, para Marcos, el acontecimiento inaugural en que se revela la verdadera identidad de Jesús. A partir de este momento los destinatarios del evangelio saben que el personaje del que se les va a hablar no es sólo un hombre llamado Jesús, que procede de Nazaret de Galilea (Mc 1,9), sino el Hijo de Dios que posee su Espíritu (Mc 1,10-11).

Aunque la presentación de Jesús en el bautismo constituye el elemento fundamental de la afirmación de su identidad, la relación de esta escena con los dos episodios que siguen configura una estructura literaria en la que todavía es posible descubrir otros aspectos significativos de las intenciones y preocupaciones del autor en este punto de su obra. El texto del conjunto dice así:

9 Por aquellos días *llegó Jesús desde Nazaret de Galilea* y fue bautizado por Juan en el Jordán. 10 En cuanto salió del agua vio rasgarse los cielos y al Espíritu descender sobre él como una paloma. 11 Se oyó entonces una voz desde los cielos: Tú eres mi Hijo amado, en ti me complazco.

12 A continuación, el Espíritu lo impulsó hacia el desierto, 13 donde Satanás lo puso a prueba durante cuarenta días. Estaba con las fieras y los ángeles le servían.

14 Después que Juan fue arrestado, *marchó Jesús a Galilea*, proclamando la buena noticia de Dios. 15 Decía: El plazo se ha cumplido. El reino de Dios está llegando. Convertíos y creed en el evangelio.

Si leemos este conjunto desde una perspectiva antropológica podemos descubrir que la serie formada por sus tres componentes describe un tipo de proceso que los antropólogos conocen con el nombre de “ritual de transformación de estatus”. En términos sociológicos, el estatus de una persona puede definirse como el conjunto de funciones que esa persona ejerce de forma legítima en la sociedad a la que pertenece. El concepto de estatus implica que

la persona a la cual se adscribe un estatus tiene las condiciones materiales y el reconocimiento público necesarios para ejercer esas funciones. Un cambio de estatus social implica, por tanto, un cambio en las funciones que el sujeto tiene el derecho y la obligación de ejercer. Un ritual de transformación de estatus es el tipo de proceso socialmente estructurado al que debe someterse un individuo a fin de que los demás reconozcan que de ahora en adelante tiene derecho a ejercer las funciones asociadas al nuevo estatus¹⁶.

Esta clase de rituales adoptan formas muy variadas, dependiendo de la cultura en que se desarrollan y del tipo de cambio implicado. Sin embargo, casi todos ellos siguen un esquema general común que consta de tres fases fundamentales. Empieza con un proceso de “separación”, en el que el sujeto se aparta del entorno social habitual. A través de esta separación entra en un “estado liminal” o de indefinición social (“ni una cosa ni la otra”), en el que es sometido a experiencias nuevas mediante las que adquiere y acredita poseer las capacidades necesarias para ejercer las funciones de su nuevo estatus. El ritual termina con el proceso de “agregación”, en el que el sujeto se reincorpora a la sociedad y empieza a ejercer esas funciones con el reconocimiento y aprobación de los demás¹⁷. En algunos rituales de transformación de estatus las fases de este proceso se realizan sólo de forma simbólica. En otros, sin embargo, implican, experiencias reales difíciles y prolongadas (aprendizajes, pruebas) o incluso signos que acrediten la aprobación de los seres superiores (sueños, visiones, trances). El sujeto que se somete a este tipo de ritual suele estar dirigido por alguien ya experto que ejerce la función de mistagogo, iniciador o guía¹⁸.

16 P. L. BERGER – T. LUCKMANN, *The Social Construction of Reality. A Treatise in the Sociology of Knowledge* (Nueva York, NY 1967) 137-147.

17 Existen básicamente dos tipos de rituales de transformación de estatus: el “ritual de elevación de estatus” y el “ritual de degradación de estatus”. En el primero, el sujeto acaba adquiriendo un estatus superior al que tenía antes, mientras que en el segundo el estatus que poseía queda anulado. El bautismo de Jesús es un ejemplo del primer tipo, y su crucifixión un ejemplo del segundo. Sobre estos dos tipos de ritual, véase V. TURNER, *The Ritual Process. Structure and Anti-Structure* (Nueva York, NY 1969) 166-178.

18 Una descripción de este proceso puede verse en TURNER, *The Ritual Process*, 93-97. Aunque Turner lo aplica a los ritos de paso en culturas tradicionales africanas, su descripción teórica refleja bien el esquema común a los rituales de transformación de estatus y puede servir como escenario para leer otros rituales semejantes. M. McVANN, “Reading Mark Ritually: Honor-

Los tres episodios mencionados más arriba se ajustan perfectamente a este esquema general de los rituales de transformación de estatus, y este hecho refleja la preocupación y el esfuerzo de Marcos por legitimar de forma conveniente el estatus de mediador divino que quiere atribuir a Jesús.

La primera frase describe sucintamente el proceso de separación: “Por aquellos días llegó Jesús desde Nazaret de Galilea ...”. Jesús ha dejado su aldea, su familia y su actividad habitual, y ha salido al desierto y al Jordán en busca de Juan. Esta frase forma una inclusión antitética con otra en la que Marcos resume el proceso de agregación, justo antes de empezar a narrar lo que será la actividad de Jesús como mediador divino: “Después de que Juan fue encarcelado, marchó Jesús a Galilea...”. Entre una y otra se describen las experiencias liminales por las que ha pasado Jesús: los efectos visibles y audibles de una teofanía mediante la que Dios le acredita en su nuevo estatus de hijo amado, y la prueba de las tentaciones en el desierto. Durante el transcurso de estas experiencias, Jesús permanece al margen de toda interacción con otros seres humanos, pero interacciona con seres pertenecientes a otros ámbitos de la realidad, pues recibe el Espíritu, que le conduce al desierto, donde se enfrenta con Satán y se relaciona con los ángeles. La relación de Jesús con el Espíritu y su enfrentamiento con Satán anticipa sus posteriores enfrentamientos con los espíritus impuros en el contexto de su actuación como exorcista¹⁹. El ritual termina con la agregación de Jesús, es decir, con su retorno a la sociedad de la que se había separado, pero investido ahora con un nuevo estatus y con derecho a ejercer una nueva función. Aquél que había dejado Nazaret para recibir el bautismo de arrepentimiento de Juan vuelve ahora a Galilea como heraldo del reinado de Dios²⁰.

El esfuerzo de Marcos por legitimar el nuevo estatus de Jesús se hace también patente en los contenidos específicos de la historia reciente y de la cultura judía con los que rellena este esquema transcultural de los rituales de

Shame and the Ritual of Baptism”: *Semeia* 67 (1994) 179-198 ha comparado la presentación que Marcos hace de Jesús con un ritual de transformación de estatus.

19 Marcos ofrece aquí a sus lectores la clave para entender el sentido de sus exorcismos que él mismo explica en la controversia con los fariseos de Mc 3, 21-30; véase S. GUIJARRO, “The Politics of Exorcism: Jesus’ Reaction to Negative Labels in the Beelzebul Controversy”: *Biblical Theology Bulletin* 29 (1999) 118-129, 125-127.

20 Véase GUIJARRO, “Why Does the Gospel of Mark?”, 35.

transformación de estatus. El que hace de mistagogo de Jesús con ocasión del bautismo ha profetizado en el párrafo inmediatamente anterior su venida (Mc 1,2-8). Juan es un mártir judío honrado por los contemporáneos de Marcos como hombre de Dios y profeta²¹. Su anuncio tiene un tono enigmático y apocalíptico. Habla de “el más fuerte” que viene detrás de él y alude a “un bautismo de fuego”. Marcos se ha preocupado también de legitimar proféticamente al profeta que anuncia la llegada de Jesús y lo ha hecho introduciendo su actividad como el cumplimiento de un oráculo de Isaías, un profeta antiguo cuyos oráculos formaban parte de la memoria cultural de Israel. Por otro lado, los lugares en que se ambientan estas escenas iniciales están cargados de simbolismo nacional y religioso para los judíos: el río Jordán, que señala la entrada en la tierra prometida; el desierto, que recuerda la historia de la elección divina de Israel y los cuarenta años durante los que fue sometido a prueba²². Jesús supera su propia prueba frente a la máxima personificación del mal en la tradición judía, Satanás, y es finalmente asistido por los ángeles.

Así pues, el ritual de transformación de estatus al que se somete Jesús en estas escenas incorpora una serie de datos acerca de él, que el evangelista ha recibido probablemente de la tradición, junto con evocaciones de hondo calado simbólico en el imaginario colectivo de Israel. En este punto es, sin embargo, importante señalar que el ritual configurado por Marcos en el texto no es un ritual institucionalizado, es decir, no describe ningún proceso de transformación de estatus vigente en su entorno social. En la socie-

21 En la versión que da Flavio Josefo de la muerte de Juan el Bautista en *AntJ.* 18,5,2 los motivos por los que Herodes habría mandado matarlo son distintos, e históricamente más plausibles, que los que encontramos en la versión transmitida por Marcos en Mc 6,14-29. Según Flavio Josefo, el motivo principal habría sido el temor de Herodes Antipas ante la autoridad e influencia que Juan tenía sobre el pueblo en virtud de su predicación ético-religiosa y de su ejemplo. Según Marcos, el odio que Herodías sentía hacia Juan por la actitud crítica de éste hacia su matrimonio con el rey habría sido la causa de su muerte. Aunque el relato de Marcos tiene un colorido popular legendario, la relación que establece entre la ejecución de Juan y el matrimonio de Herodes con Herodías parece basarse en la creencia popular, mencionada por Flavio Josefo, de que Herodes había sido derrotado por el rey Aretas, padre de su anterior esposa, como castigo divino por haber mandado matar a Juan; véase J. P. MEIER, *A Marginal Jew II: Rethinking the Historical Jesus. Mentor, Message, and Miracles* (Nueva York, NY 1994) 19-23.

22 TREVIANO, *Comienzo del evangelio*, 176-178.

dad en que vivieron Jesús y el autor del evangelio de Marcos existían rituales institucionalizados de transformación de estatus mediante los que una persona podía adquirir el papel de mediador divino en una forma oficialmente sancionada. El ejemplo mejor conocido en el ámbito religioso es la consagración sacerdotal. La vocación profética era reconocida como un proceso de transformación de estatus válido para los tiempos fundacionales del antiguo Israel, pero no tenía cabida en el sistema político religioso del Segundo Templo. El ritual que describe Marcos no es un ritual institucionalizado y por tanto no puede pretender conferir a Jesús un estatus oficial de mediador divino. Sin embargo, el esquema transcultural que estructura el texto, los elementos de carácter religioso que se funden en su contenido y las evocaciones simbólicas que lo completan sugieren que nos encontramos ante un auténtico ritual de transformación de estatus donde se revela y legitima la identidad bajo la que Jesús va a actuar en todo el resto del evangelio. La interpretación culturalmente contextualizada del título que recibe, así como la perspectiva desde la que se describe esta actuación nos permitirá determinar el tipo no oficial de mediador divino que presupone el relato de Marcos.

3. EL HIJO COMO INTERMEDIARIO

La naturaleza propia del ritual de transformación de estatus descrito por Marcos se revela en las escenas del bautismo y las tentaciones. En estas dos escenas, que constituyen el momento central del proceso de iniciación, Jesús es presentado, ante todo, como Hijo de Dios: “Tú eres mi Hijo amado, en ti me complazco”. Este título que Marcos ha aplicado a Jesús se refiere primordialmente a la función mediadora ejercida por él entre Dios y su pueblo. Era un título conocido en el contexto religioso grecorromano, donde las personas o los seres divinos así calificadas ejercían de mediadoras entre el dios correspondiente y sus devotos²³.

23 En este sentido existe una diferencia fundamental entre el título de “Señor”, que no implica esta función mediadora, y el de “Hijo de Dios”, que la presupone en cierto modo. Sobre el sentido de este título en el contexto de Marcos, véase: A. YARBRO COLLINS, “Mark and his Readers: The Son of God among Jews”: *Harvard Theological Review* 92 (1999) 393-408; y: *Id.*, “Mark

Es posible que Marcos no fuera el primero en recurrir a estas dos escenas para legitimar el honor de Jesús y su papel como mediador. El “Documento Q”, es decir, la colección de dichos y anécdotas de Jesús que Mateo y Lucas utilizaron en la composición de sus respectivos evangelios, comienza de una forma similar, y es probable que ambas composiciones reproduzcan un esquema tradicional²⁴. Sin embargo, la elaboración que Marcos hace de estas dos escenas y el papel central que ocupan en su presentación de Jesús, revela que tienen un especial significado para él. Esto se advierte, sobre todo, en la importancia que el evangelista da a este título en el resto de su relato (Mc 9,7; 14,61-62; 15,39)²⁵. Marcos no rechaza la adecuación parcial de algunos títulos judíos de mediadores divinos, como “Profeta” y “Mesías”, para designar a Jesús, pero su forma de presentarle no se inspira directamente en estos prototipos tradicionales, sino en su condición de Hijo de Dios²⁶. Para Marcos, este título describe, ante todo, la relación de dependencia obediente del hijo respecto del padre. Marcos no contempla esta condición filial de Jesús desde la perspectiva interna de quienes conforman el vínculo paterno-filial, sino desde la perspectiva externa de quienes entienden y se acercan al hijo como representante máximo del padre. A diferencia de los demás evangelistas, Marcos no intenta describir la génesis divina de Jesús, sino que apela simplemente a una voz del cielo que lo reconoce y presenta como hijo amado en las escenas del bautismo (Mc 1,11) y de la transfiguración (Mc 9,7). No explica la filiación de Jesús a partir de su concepción virginal, como hacen

and his Readers: The Son of God among Greeks and Romans”: *Harvard Theological Review* 92 (2000) 85-100.

24 Ambos escritos comienzan y terminan de una forma sorprendentemente similar: comienzan con la presentación del Bautista, a la que sigue el bautismo y las tentaciones de Jesús (Q 3,2b-4,14 = Mc 1,1-13), y terminan con un discurso de Jesús sobre la venida del Hijo del hombre (Q 17,23-22,30 = Mc 13); véase: J. SCHRÖTER, *Erinnerung an Jesu Worte. Studien zur Rezeption der Logienüberlieferung in Markus, Q und Thomas* (Neukirchen 1997) 436-458.

25 Véase: W. R. TELFORD, *The Theology of the Gospel of Mark* (Cambridge 1999) 30-54, especialmente: 52-53.

26 La actitud dubitativa e insatisfecha de Marcos respecto a ciertos títulos tradicionales está sobre todo reflejada en los pasajes donde se plantea directamente la identidad de Jesús: Mc 6,14-15 y Mc 8,27-30. En ambos casos, el narrador pone los títulos en boca de personajes –la gente, los discípulos representados por Simón– cuya comprensión y fe no están ni mucho menos acreditadas.

Mateo y Lucas (Mt 3,18.20; Lc 1,35); tampoco fundamenta su condición de Hijo a partir de una relación preexistente, como hace Juan (Jn 1,1-18), sino que acepta la declaración que el mismo Dios hace acerca de Jesús.

La oración en Getsemaní (Mc 14,34-36) y la invocación en la cruz (Mc 15,34) son los dos únicos episodios en los que Marcos presenta a Jesús dirigiéndose de forma personal a Dios. En ellos sólo se manifiesta el compromiso y la dependencia absoluta de Jesús respecto a la voluntad divina. Todas las demás connotaciones afectivas y morales de la relación paterno-filial humana están ausentes. Tampoco las encontramos en ningún otro episodio del evangelio. Jesús confía, sobre todo, en los poderes extraordinarios que Dios le ha dado con su Espíritu para llevar a cabo su misión, y en que tanto él como sus seguidores serán finalmente reivindicados por el poder divino (Mc 8,38; 9,42; 10,29-30; 12,10-11; 13,13.26-27; 14,25.62).

Los elementos con los que Marcos describe el vínculo entre Jesús y Dios forman parte de la relación paterno-filial tal como ésta era concebida y vivida en la sociedad mediterránea antigua, pero no caracterizan dicha relación de forma exclusiva. De hecho, estos mismos elementos son también esenciales en la configuración de otras formas de relación interpersonal asimétrica existentes en el mundo antiguo. La más importante y extendida es la que se daba en el contexto de una red de clientelismo entre el mediador y su patrón. El hijo biológico o adoptivo del patrón ejercía con frecuencia la función de mediador y era considerado la persona más indicada para realizarla, pues, entre las virtudes filiales, las sociedades patriarcales destacan de modo especial la obediencia y subordinación absoluta del hijo respecto al padre²⁷. Esta obediencia y esta subordinación absolutas son las únicas actitudes filiales que Marcos considera dignas de mención en el único pasaje de su evangelio donde Jesús invoca a Dios como padre (14,36). Se suponía, además, que el hijo no tenía intereses propios distintos de los de su padre, pues pertenecía al mismo grupo familiar y se sabía destinado a heredar la propiedad y posición de éste.

27 La relación paterno-filial era la relación dominante en la familia mediterránea antigua, pues a través de ella se garantizaba la continuidad de la casa y el grupo familiar. Por esta razón los deberes y obligaciones implicados en ella estaban regulados por la ley y la costumbre. Una exposición de dichos deberes y obligaciones en la sociedad judía antigua puede verse en O. L. YARBROUGH, "Parents and Children in the Jewish Family of Antiquity," en: S. J. D. COHEN (ed.), *The Jewish Family in Antiquity* (Atlanta, GA 1993) 39-59.

Los antiguos trasladaban espontáneamente el vocabulario de la relación paterno-filial al contexto del patronazgo cada vez que deseaban subrayar la intensidad del vínculo moral entre las partes.

El pasaje donde más claramente se refleja la concepción marquiana de la filiación divina de Jesús en términos de mediación en una red de relaciones interpersonales asimétricas es la parábola de los viñadores homicidas (Mc 12,1-12). El dueño de la viña ejerce como patrón de los viñadores por el mero hecho de haberlos elegido entre otros muchos para que cuiden y hagan producir su propiedad mientras él está ausente. Los mediadores de esta relación son al principio los siervos del dueño. Sólo cuando éstos fracasan debido a la agresividad de los viñadores, es el hijo quien ejerce dicha función. Evidentemente, el hijo es pospuesto, no porque sea menos capaz de representar al dueño, sino porque es más valioso para su padre. Al final, es enviado porque el dueño confía en que los viñadores respetarán a su hijo, al reconocer en él a su máximo y mejor representante.

Sabemos que esta parábola no es una creación de Marcos, pues existe otra versión menos elaborada de la misma en la colección de dichos de Jesús conocida como “Evangelio de Tomás” (*EvTom*)²⁸. La versión del *EvTom* no incluye el contexto narrativo donde Jesús pregunta retóricamente por la reacción que cabe esperar del dueño de la viña (Mc 12,9a), ni tampoco la respuesta dada por el propio Jesús (Mc 12,9b), en la que las autoridades se sienten aludidas (Mc 12,12). Cabe, por tanto, atribuir a Marcos la interpretación que identifica al dueño de la viña con Dios, a su hijo con Jesús, y a los viñadores con las autoridades judías que le condenan a muerte. Tenemos, pues, una narración tradicional donde se refleja la perspectiva habitual de las clientelas, que ven a los hijos de los patrones como los intermediarios más representativos de éstos; y una narración interpretada por Marcos, que trata de explicar la muerte de Jesús en razón de su función mediadora, una función que ejerce por decisión y en representación de su padre Dios, patrón del pueblo elegido²⁹.

28 Traducción española con notas en R. TREVIJANO, *Estudios sobre el Evangelio de Tomás* (Madrid 1997) 55-76.

29 Marcos ha añadido, al menos, el v. 12 (la reacción de los sumos sacerdotes, escribas y ancianos del contexto narrativo) y el adjetivo “amado” que califica al sustantivo “hijo” en el v. 6 y que remite a las dos declaraciones celestes de la filiación divina de Jesús, la del bautismo (Mc 1,11) y la de la transfiguración (Mc 9,7)”: J. GNILKA, *El Evangelio según San Marcos II: Mc*

De los argumentos precedentes podemos concluir que la presentación marquiiana de Jesús como Hijo de Dios debe entenderse desde la clave de las relaciones de patronazgo, que ven en el hijo del patrón al mejor y más cualificado mediador o intermediario con sus clientes. Este es el primer argumento de la tesis propuesta en el presente estudio. El segundo es que dicha perspectiva no sólo proporciona la clave para comprender el sentido que tiene en Marcos el título “Hijo de Dios” aplicado a Jesús, sino que configura de forma coherente la descripción del personaje, de su discurso, su actitud y su acción, en todo el evangelio. Más adelante intentaremos mostrar la coherencia de la presentación marquiiana de Jesús como mediador o intermediario. Pero, antes de abordar esta tarea, conviene precisar algunos significados y exponer la lógica y el funcionamiento de las relaciones sociales que hemos incluido bajo el término “patronazgo”.

4. LA RELACIÓN PATRÓN-CLIENTE

Aunque los términos correlativos “patrón” y “cliente” son propios de la cultura romana, han sido adoptados por la Antropología Cultural para designar a quienes participan en una amplia gama de relaciones interpersonales asimétricas que presentan una estructura semejante a la del patronazgo romano. A este tipo de relaciones se le suele denominar indistintamente: “relación patrón-cliente”, “clientelismo” o “patronazgo”. Como suele suceder con los términos especializados, no todos los autores coinciden en la enumeración de las características esenciales de esta relación. Nosotros adoptamos aquí la caracterización propuesta por B. J. Malina, que es una de las más ampliamente aceptadas entre quienes recurren a la Antropología Cultural para reconstruir el contexto de los textos bíblicos³⁰. Según este autor, la relación patrón-cliente tiene las siguientes propiedades distintivas:

8,27-16,20 (Salamanca 1993) 166-167. Sobre la historia de la tradición de esta parábola, véase: J. S. KLOPPENBORG, *The Tenants in the Vineyard* (Tübingen 2006).

30 B. J. MALINA, *The Social Gospel of Jesus. The Kingdom of God in Mediterranean Perspective* (Minneapolis, MN 2001) 31.

Exige la proximidad personal de los participantes.
Es asimétrica, en lo que al estatus de los participantes se refiere.
Se mantiene por el intercambio recíproco, pero no comparable, de bienes y servicios.

Estas propiedades están tan íntimamente conectadas con las condiciones técnicas y estructurales de las sociedades mediterráneas antiguas, que es difícil imaginar cómo éstas podrían haber funcionado sin el recurso constante a las relaciones de clientelismo en prácticamente todos los ámbitos de la vida social. En dichas sociedades no existían medios de comunicación interpersonal rápidos, ni medios de comunicación pública de difusión amplia. El máximo desarrollo de los primeros eran los correos que llevaban personalmente cartas manuscritas de un lugar a otro. El máximo desarrollo de los segundos eran las inscripciones de los monumentos públicos. Uno y otro eran sólo accesibles a una minoría muy restringida. La inmensa mayoría de las interacciones sociales debían, por tanto, resolverse a través de relaciones personales cara a cara, en la que los medios fundamentales de comunicación son la acción significativa y el lenguaje hablado.

Este condicionamiento de carácter técnico genera dificultades de comunicación importantes entre cualquier par de personas o grupos humanos que vivan lo suficientemente alejados en el espacio físico o en el nivel social, pues las ocasiones de sus encuentros cara a cara serán extremadamente raras y carecerán de la fluidez y eficacia que sólo el conocimiento y la confianza mutua pueden facilitar. Las dificultades eran especialmente notables en las sociedades mediterráneas antiguas, donde la estratificación social era muy rígida y las élites vivían en espacios urbanos, muy alejados, física y culturalmente, del resto de la población, que vivía en el campo³¹. El problema sólo puede resolverse posibilitando formas de relación interpersonal lo suficientemente flexibles para poder atravesar las barreras de grupo y de estatus, pero también lo suficientemente institucionalizadas para que puedan generar estabilidad y motivar la confianza. Estas son precisamente las cualidades de algunas formas de relaciones interpersonales voluntarias que encontramos en el mundo antiguo. Las más importantes son la relación de amistad y la relación patrón-

31 Sobre estos rasgos característicos de la sociedad helenístico-romana, véase GUIJARRO OPORTO, *Fidelidades en conflicto*, 62-72.

cliente. La primera se caracteriza porque los participantes comparten un mismo estatus social. La segunda, que es la que nos interesa en este estudio, se caracteriza por la diferencia de estatus social entre los participantes.

En la relación patrón-cliente, el patrón posee mucha más riqueza y tiene mucho más poder que el cliente. Por eso, los beneficios que cada uno obtiene del otro son de naturaleza muy distinta. El cliente recibe beneficios materiales de su patrón (alimentos, tierras, trabajo, asesoramiento, protección), el patrón, por su parte, recibe beneficios simbólicos o morales de su cliente (alabanza, honor, gratitud, fidelidad). Esta asimetría, que de hecho propicia muchas formas incontrolables de explotación económica y de abuso de poder, permite también la creación de canales y redes de comunicación que conectan niveles sociales muy alejados entre sí, a través de los cuales fluyen beneficios materiales, protección, influencia, honor y poder. Ejemplos típicos de relación patrón-cliente en el mundo antiguo son: la de los libertos respecto a sus antiguos amos, la de los soldados mercenarios y bandoleros respecto a sus jefes, la de los reyes locales socios de Roma respecto al emperador, etc.

Las personas que hacen de eslabones en estas cadenas y redes son los mediadores o intermediarios. El intermediario actúa, simultáneamente, como cliente de un patrón más poderoso que él, y como patrón de clientes situados a un nivel social inferior al suyo. Las riquezas y favores que recibe de su patrón le sirven para beneficiar a sus clientes. La alabanza y el honor que recibe de sus clientes las hace llegar también a su patrón³². Intermediarios típi-

32 Durante la época helenística y romana, el vínculo patrón-cliente se hizo presente en prácticamente todos los ámbitos de la vida social donde las relaciones extragrupalas entre personas de distinto estatus social resultaban necesarias. Canalizaba la posibilidad de los campesinos para acceder a la tierra, estructuraba la relación entre deudores y acreedores, entre la gente del campo y los comerciantes que operaban en los mercados urbanos, entre hombres de estado y sus partidarios, entre generales y ejércitos licenciados, entre grandes señores y sus libertos, entre la ciudadanía de estados sometidos y benefactores pertenecientes a la clase dirigente o próximos al emperador etc.; véase S. N. EISENSTAD – L. RONIGER, *Patrons, Clients and Friends. Interpersonal Relations and the Structure of Trust in Society* (Cambridge 1984) 220. Por su parte, T. JOHNSON – C. DANDEKER, "Patronage: Relation and System", en: A. WALLACE-HADRILL (ed.) *Patronage in Ancient Society* (London 1990) 221-222, han llamado la atención sobre la necesidad de distinguir entre las relaciones interpersonales patrón-cliente y el patronazgo como sistema de organización social. Este último se vale de las relaciones interpersonales patrón-cliente para construir un mecanismo de reproducción y mantenimiento de las instituciones de poder. Un ejemplo claro de patronazgo como sistema lo encontramos,

cos del mundo antiguo son los esclavos o servidores domésticos a quienes su señor ha puesto al frente de negocios o fincas, dándoles autoridad para tomar decisiones en su nombre. Entre ellos destacaban por su fidelidad y poder los esclavos y libertos de la casa del César, cuya función podría considerarse equivalente a la que desempeña la administración en los estados modernos.

Una relación patrón-cliente se crea por la iniciativa de una de las partes. Consiste en un acto de elección que singulariza a la otra parte y que se expresa a través de un don o servicio gratuito de la primera a favor de la segunda. Si ésta última responde aceptando el favor y, en un intervalo de tiempo no demasiado largo, corresponde con otro favor, todo el mundo entiende que la parte de más alto estatus se ha comprometido a ejercer la función de patrón con respecto a la parte de menor estatus, y que la parte de menor estatus se ha comprometido a actuar como su cliente. La relación se mantiene a través del intercambio ininterrumpido de bienes y/o servicios. Si cualquier de las partes deja de corresponder por un tiempo suficientemente largo, la otra sobreentiende que la relación ha terminado³³.

El procedimiento típico por el que se crea una relación patrón-cliente pone de manifiesto dos aspectos conectados entre sí que son especialmente relevantes para la concepción que los antiguos tenían de este tipo de vínculos. Se trata de su doble carácter no-oficial o a-legal, por una parte, y voluntario, por la otra. Aunque en la práctica existen presiones sociales que, en muchos casos, fuerzan a las personas a adoptar o mantener relaciones de patronazgo o clientelismo, no existen normas legales que las obliguen a ello ni procedimientos formales que sancionen el incumplimiento de los roles de patrón o de cliente. Esto favoreció la multiplicación de formas variadas de relación patrón-cliente en el mundo antiguo, así como un considerable grado de flexibilidad o libertad creativa por parte de las personas a la hora de concebirlas.

A pesar de ser una forma de relación social ampliamente extendida en todos los ámbitos del mundo antiguo, la relación patrón-cliente fue siempre

precisamente, en el Imperio Romano. El patronazgo como sistema supone, evidentemente, la existencia y ubicuidad de la relación patrón-cliente.

³³ El proceso es análogo al de la creación de un vínculo de amistad ritual, que liga a dos personas alejadas geográfica y/o culturalmente: G. HERMAN, *Ritualised Friendship and the Greek City* (London 1987).

fundamentalmente concebida como una relación interpersonal voluntaria que nace y se desarrolla al margen o por encima de los intereses estrictamente grupales y de la normativa legal. Por eso, para participar en ella, al igual que para establecer relaciones de amistad, no se requería más que el acuerdo libremente asumido y reiteradamente confirmado entre las partes. Lo mismo que la amistad, se apoya en una forma de fidelidad interpersonal tan particular, que puede llegar a ser percibida por el resto de la sociedad como una amenaza a la cohesión interna de los grupos solidarios de adscripción (familia, clan, pueblo) y al mantenimiento de las normas comunitarias vigentes³⁴. El cliente es el servidor que goza de la especial confianza del amo y recibe a cambio un trato privilegiado, es el aparcerero con el que el propietario siempre puede contar para hacer cualquier tarea doméstica o un servicio extraordinario y que recibe a cambio la seguridad de mantener su aparcería, es el discípulo preferido del maestro que heredará la dirección de la escuela filosófica; es, en definitiva, aquel que a los ojos de un superior destaca entre sus pares y se hace merecedor de una elección particular no legislada.

5. JESÚS COMO INTERMEDIARIO EN EL RELATO MARQUIANO

Estos rasgos y significados culturales de la relación patrón-cliente permiten reconocer la coherencia entre la presentación que hace Marcos de Jesús al comienzo de su evangelio, mediante un ritual no oficial de transformación de estatus, y la nueva identidad no oficial que ejerce en el resto del relato como intermediario del patronazgo libremente ejercido por Dios en favor de su pueblo. Todo ello parece ajustarse adecuadamente a la intención de legitimar el estatus de Jesús como mediador divino. De este modo, Marcos reconoce que la autoridad con la que Jesús ejerce su papel de intermediario no está ofi-

34 Véase: EISENSTADT – RONIGER, *Patrons, Clients and Friends*, 43-50. A diferencia de otros estudiosos que entienden el patronazgo como una relación que se limitaría a extender la solidaridad familiar, estos autores subrayan la diferencia cualitativa entre la amistad y el patronazgo, por una parte, y las relaciones de pertenencia a grupos básicos de adscripción, por otra. Las primeras son interpersonales y voluntarias, mientras que las segundas son grupales y no voluntarias. En las primeras se busca el beneficio mutuo de dos individuos, mientras que en las segundas se busca el interés de la colectividad.

cialmente legitimada, pero es válida por fundarse en la libertad de elección del patrón-Dios a la hora de elegir un cliente-mediador.

La relación en la que Jesús actúa como intermediario es la del patronazgo generalizado que Dios ofrece a los hombres, y que el propio Jesús entiende y anuncia como “reinado de Dios”³⁵. El tipo ideal del rey que ama, protege y provee de todo lo necesario a sus súbditos como si fueran sus propios hijos es otra de las imágenes del ideal moral del patronazgo ampliamente difundida por todas las sociedades del entorno mediterráneo y del próximo oriente durante las épocas helenística y romana³⁶. En este contexto de interpretación, la llegada del reinado de Dios no es sino la realización efectiva de este patronazgo ideal activado por Dios y mediado por Jesús. La adecuación del Jesús marquiano a este rol de mediador o intermediario es perceptible en diversos momentos de la narración evangélica.

En la primera mitad del evangelio, que narra el ministerio de Jesús en Galilea (Mc 1,14-8,30), su actuación es la que corresponde al intermediario de un patrón divino todopoderoso que no desatiende ninguna necesidad de sus clientes ni deja sin responder ninguna petición: Jesús dispensa salud (Mc 1,29-34; 1,40-45; 2,1-12; 3,1-5.7-10; 5,21-43; 6,53-56), alimentos (Mc 6,30-43; 8,1-10) e instrucción a todos (Mc 1,21-22; 2,1-2; 4,1-9.21-32; 6,6b; 6,34); libera a la gente de la opresión que sufre bajo el poder de los espíritus impuros (Mc 1,21-28; 1,34; 3,11-12; 3,21; 5,1-20; 7,24-30); y protege a sus discípulos de las amenazas del mar (Mc 4,33-41; 6,45-52). La gente responde como corresponde a la clientela de un intermediario semejante, alabando a Dios (Mc 2,12b), afirmando su fe o confianza en Jesús (Mc 3,7-10; 6,53-56) y contribuyendo activamente a difundir su fama (Mc 1,27; 1,45; 5,20; 7,37).

35 Según B. J. MALINA, “Patron and Client. The Analogy behind Synoptic Theology”: *Forum* 4 (1988) 2-32, el fin esencial que persigue la relación patrón-cliente es el favoritismo, o dicho de otra forma, la obtención de beneficios en condiciones ventajosas respecto al resto de las personas del entorno con similar estatus social (pp. 5-6). Malina subraya el carácter explotador del patronazgo antiguo y explica su existencia como recurso destinado a paliar las deficiencias del sistema socioeconómico vigente en el Imperio Romano (pp. 4, 8). Entiende la relación patrón-cliente como una manera de extender la solidaridad familiar más allá de los límites del parentesco, fundamentada en el sentimiento moral de la obligación y la lealtad recíproca (p. 8).

36 T. R. STEVENSON, “The Ideal Benefactor and the Father Analogy in Greek and Roman Thought”: *Classical Quarterly* 42 (1992) 421-436.

El patronazgo de Dios hacia la gente canalizado por la mediación de Jesús realiza el ideal moral de la relación patrón-cliente. Evita la posibilidad de degenerar en explotación o abuso de poder rechazando cualquier forma de compensación material por parte de los clientes beneficiados: Jesús huye de la fama, nunca exige el seguimiento a los enfermos o posesos recuperados, rechaza la práctica de hacer ofrendas materiales a Dios en el Templo (Mc 11,15-17) y critica el beneficio que habitualmente obtienen los funcionarios religiosos por ejercer como tales (Mc 12,38-40)³⁷.

Aunque no sería correcto decir que todo el mensaje de Marcos acerca de Jesús se reduce a afirmar su estatus y función de intermediario en la relación de patronazgo entre Dios y los hombres, creemos que es acertado entender la obra entera de este evangelista como un esfuerzo por explicar el sentido del ministerio de Jesús a partir del ideal moral del intermediario. Hemos visto que la primera mitad del evangelio, situada en Galilea y en la que Jesús dispensa generosamente los beneficios divinos, corrobora perfectamente esta tesis. Lo mismo cabe decir de la segunda mitad, que abarca el camino hacia Jerusalén y el relato de la pasión (Mc 8,31-16,8). Uno de los intereses prioritarios de Marcos en esta segunda parte es dar sentido a la muerte violenta de Jesús, presentando la cruz como consecuencia del plan divino y del empeño de Jesús por cumplir su función de intermediario con la máxima fidelidad. Sus oponentes se resisten a reconocer que alguien sin estatus ni posición religiosa oficial pueda actuar como representante de Dios, ejerciendo la

37 Según MALINA, *The Social Gospel*, 15-35, la alineación de la clase dirigente judía con los intereses políticos y económicos del Imperio Romano debilitó su sentimiento de obligación moral hacia la gente humilde tradicionalmente canalizada a través de las relaciones de patronazgo. En esta situación, el Reinado de Dios proclamado por Jesús significaba que el propio Dios estaba dispuesto a actuar como patrón de su pueblo, poniendo remedio definitivo a esta deficiencia. El antropólogo J. C. Scott ha mostrado que la mecanización y la comercialización de la agricultura en Indochina produjo un deterioro moral similar de las obligaciones vinculadas al patronazgo entre los campesinos ricos de la zona, quienes cada vez se desentendían más de sus obligaciones morales tradicionales respecto a los pobres de la comunidad aldeana; véase J. C. SCOTT, *Weapons of the Weak. Everyday Forms of Peasant Resistance* (New Haven – London 1985) 169-183.

autoridad propia de un intermediario acreditado³⁸. Por eso le acusan de blasfemo y buscan su perdición (Mc 14,63-64)³⁹.

Algunos de los temas con los que Marcos construye y hace avanzar su relato remiten también al contexto significativo del rol del intermediario aplicado, en su caso, a Jesús. El primero es la fe (πίστις) de la gente. Marcos expresa el éxito y la aceptación de Jesús como mediador divino por parte de la gente en términos de fe. La fe es una actitud moral especialmente relevante en el ámbito social de las relaciones de patronazgo; es la actitud que idealmente debe tener un cliente cuando busca el favor o la gracia (χάρις) de su patrón⁴⁰. Es la forma particular que reviste la confianza cuando se dirige a un patrón, pues consiste en la convicción expresada por los clientes de la misericordia de su patrón para con ellos. Dado que la manifestación pública de la fe de los clientes afirma el prestigio social y moral del patrón, se la considera un don simbólico ofrecido por los primeros y un beneficio obtenido por el último. En muchos casos, la manifestación pública, por parte de una persona humilde, de su confianza en la misericordia con la que otra persona le podría agradecer sirve para iniciar una relación de clientelismo, pues se interpreta como don simbólico gratuitamente ofrecido por la primera a la segunda; o dicho en otras palabras, como una invitación a la parte superior, por parte de la parte inferior, a establecer ese tipo de relación.

La importancia que el Jesús marquiano atribuye a la fe o a la ausencia de fe de la gente es coherente con estos valores y criterios de interpretación. Jesús nunca deja de prestar ayuda a quienes se acercan a él con fe, incluso

38 Es significativo que, ante la pregunta por el origen de su autoridad que le hacen los sacerdotes, letrados y principales de Jerusalén (Mc 11,27-33), Jesús se remita al bautismo de Juan, el ritual a través del cual Marcos ha querido legitimar el estatus de Jesús como "intermediario" de Dios.

39 Muchos autores detectan un punto estructural de división del evangelio en torno a la confesión de Pedro en Cesarea de Filipo y el primer anuncio de la pasión (Mc 8,27-32): J. GNILKA, *El Evangelio según San Marcos I: Mc 1-8,26* (Salamanca 1986) 36-37; D. RHOADS – J. DEWEY – D. MICHIE, *Marcos como relato* (Salamanca 1999) 112-117. En la primera parte Jesús se revela como intermediario de Dios a través de los beneficios que dispensa a la gente. En Mc 8,27-29, Simón verbaliza el reconocimiento de este estatus por parte del grupo de discípulos. Pero justo a partir de ese momento Jesús empieza manifestar el lado más radical de su función de intermediario, que consiste en entregar la propia vida (Mc 8,31-37).

40 Sobre la importancia de estos dos términos en el vocabulario de la relación patrón-cliente, véase MALINA, "Patron and Client" [1988] 5-6.

cuando esto parece estorbar sus planes inmediatos, como es el caso del encuentro con la mujer sirofenicia (Mc 7,24-29). Las manifestaciones explícitas o implícitas de fe son la motivación inmediata de muchas de sus actuaciones a favor de la gente: purifica al leproso que se lo pide abiertamente (Mc 1,40-45), se compadece de la muchedumbre que le ha seguido hasta lugares solitarios, les instruye sobre el reinado de Dios y les da de comer (Mc 6,30-44), declara perdonado al paralítico a quien sus parientes descuelgan por el techo (Mc 2,1-12); confirma y alaba la sanación de la hemorroisa que confía en la fuerza irradiada por su persona (Mc 5,25-34)... Por el contrario, cuando quienes le rodean no manifiestan fe en su persona, se siente ofendido (Mc 8,11-13; 14-21), y no puede realizar estos actos de beneficencia hacia ellos (Mc 6,1-6).

El segundo tema relacionado con el rol de intermediario que Marcos atribuye a Jesús, y que se extiende a lo largo de toda la obra, es el debate en torno al origen de su autoridad. Este tema aparece en el centro o en los márgenes de numerosas escenas en las que alguien pone objeciones a la forma de actuar de Jesús o pregunta críticamente por el origen de su autoridad (Mc 1,22.27; 2,7; 2,23-28; 3,4; 3,12; 3,23-27; 4,39-41; 5,7-10; 6,1-6; 9,28-29; 10,35-40; 11,27-32; 15,29-32). En todas estas escenas está latente el presupuesto cultural, compartido por el propio Marcos, de que alguien sin honor adscrito como Jesús sólo tendría derecho a actuar con esa autoridad si lo hiciera como representante o intermediario de un patrón poderoso. Pero, en contra de la posición defendida por el evangelista, lo que los antagonistas de Jesús ignoran o no están dispuestos a aceptar es que el patrón a quien Jesús representa es el mismo Dios.

La autoridad de Jesús se manifiesta sobre todo en su dominio sobre las potencias incontrolables del mal — los espíritus impuros, las minusvalías, las enfermedades y las fuerzas incontroladas de los elementos. El carácter extraordinario del poder de Jesús es un dato muy significativo, pues demuestra que el patrón a quien sirve y representa no es un ser humano, sino que pertenece al ámbito suprahumano de los seres espirituales. Tanto Marcos como la totalidad de sus personajes creen que estos poderes acreditan la naturaleza y el poder suprahumanos del patrón de Jesús, pero no están todos de acuerdo en lo que respecta a la identidad de dicho patrón. Mientras que el Jesús marquiano y quienes tienen fe en él afirman que se trata del propio Dios de Israel, sus enemigos le acusan de actuar como intermediario del Príncipe

de los demonios (Mc 3,22-30). Aunque Marcos ha descrito el ritual de iniciación en el que se revela la función mediadora de Jesús como una posesión por el Espíritu de Dios (Mc 1,10), es consciente de que debe prevenir a sus destinatarios frente a quienes identificarán al espíritu que posee a Jesús como un espíritu impuro (Mc 3,29-30).

La posibilidad de semejante discrepancia de pareceres tiene mucho que ver con el hecho de que, en el judaísmo oficial del siglo I, el tipo de mediación ejercida por Jesús entre el mundo divino y el mundo humano carecía de reconocimiento institucional. Aunque la tradición religiosa de Israel ofrecía ejemplos eminentes de personas que gozaron del contacto directo con Dios (los patriarcas, Moisés, los profetas, David ...), la institución oficial del templo relegaba esa posibilidad a los tiempos fundacionales y se presentaba a sí misma como el único sistema válido de mediación entre Dios y su pueblo. Desde esta perspectiva políticamente interesada, cualquier individuo o grupo que pretendiera tener acceso particular al mundo divino se arriesgaba a ser acusado por la élite sacerdotal y su clientela de estar positivamente vinculado con dioses paganos o espíritus malignos.

Esta acusación no es sino la versión judía de lo que la antropología y la historia identifican como el fenómeno sociocultural de las “acusaciones de brujería”. Dicho fenómeno puede producirse en cualquier sociedad donde la creencia en seres espirituales capaces de interactuar con el mundo humano esté vigente, pero es especialmente frecuente en aquellas donde la institución religiosa se ve amenazada por formas de interpretar esa creencia que sean distintas a la que ella utiliza para legitimar su propia existencia⁴¹. Consiste, fundamentalmente, en acusar a los responsables de dichas interpretaciones molestas de utilizar el mundo espiritual para satisfacer intereses egoístas o malvados. Tanto la persona acusada de practicar la brujería como sus acusadores creen en la existencia del mismo mundo espiritual, el cual incluye espíritus buenos protectores del grupo y espíritus malignos o de comportamiento impredecible de los que el grupo debe protegerse. La brujería consiste en manipular o aliarse con espíritus malignos para obtener de ellos poderes extraordinarios con los que procurarse beneficios personales. Dado que el beneficio de un individuo depende muchas veces del perjuicio de sus ene-

41 E. MIQUEL PERICÁS, *Jesús y los espíritus. Aproximación antropológica a la práctica exorcista de Jesús* (Salamanca 2009) 83-102.

migos o rivales, la perspectiva egoísta que supuestamente tiene el brujo a la hora de utilizar sus poderes extraordinarios es un peligro potencial para el resto de la sociedad.

En el contexto judío del siglo I, Jesús no fue el único que se atrajo la sospecha de haber establecido una alianza con los espíritus malignos⁴². Flavio Josefo, autor aristócrata de estirpe sacerdotal, no duda en tachar de magos, falsos profetas y embaucadores que engañan al pueblo a todos los líderes político-religiosos de baja extracción social que, en las décadas anteriores a la guerra judía, lograron un importante apoyo popular prometiendo a sus seguidores intervenciones divinas especiales en su favor (*AntJ.* 20,97; 2,169-173; *BelJ.* 2,261-263). Estos jefes populares apelaban al mismo Dios de Israel que recibía culto en el templo de Jerusalén y esperaban de Él el mismo tipo de intervenciones extraordinarias que la liturgia oficial recordaba en las distintas festividades, pero la liberación que a través de dichas intervenciones esperaban no coincidía, evidentemente, con los intereses de la élite sacerdotal judía.

La falta de formas institucionales de contacto con lo divino en el judaísmo oficial del siglo I y el peligro de que cualquier mediación distinta a la sacerdotal pudiera ser interpretada como práctica de brujería fueron, seguramente, algunos de los factores que consciente o inconscientemente motivaron a Marcos a describir el papel mediador de Jesús entre Dios y los hombres en términos de la relación patrón-cliente. Este tipo de relación, como ya hemos dicho, era una forma de relación social ampliamente extendida, y por tanto bien conocida, que además ofrecía un ideal de relación interpersonal asimétrica de elevado contenido moral. Aplicada a la relación entre Jesús y Dios, servía para subrayar simultáneamente el prestigio de quien el Dios de Israel había elegido como su representante entre los hombres, y la subordinación obediente de éste a la voluntad de su patrón divino.

42 MIQUEL PERICÁS, *Jesús y los espíritus*, 135-138.

6. CONCLUSIÓN

Los análisis precedentes apoyan la tesis de que Marcos, a través de un ritual de transformación de estatus, ha querido presentar a Jesús como mediador entre Dios y su pueblo, y ha entendido y descrito esta mediación de acuerdo con el modelo social del intermediario en la relación patrón-cliente. Esta tesis tiene algunos corolarios cuya explicitación servirá de conclusión a este estudio.

En primer lugar, la presencia de elementos característicos de la relación patrón-cliente en todo el evangelio, especialmente en la forma de actuar de Jesús y en la respuesta que ésta encuentra entre la gente, revela que la presentación de Jesús como mediador no es un elemento marginal en el relato de Marcos. La estrecha vinculación de su función como mediador con su condición de Hijo de Dios confirma que se trata de un elemento central en la visión marquiiana de Jesús.

En el Evangelio de Marcos, esta presentación de Jesús como intermediario no se articula siguiendo las pautas de esquemas religiosos de mediación previamente conocidos, pues dichos esquemas estaban prácticamente reservados a la mediación oficial de la clase sacerdotal vinculada al templo. Para presentar a Jesús como mediador, Marcos recurre a un esquema muy difundido en su cultura, el de las relaciones patrón-cliente, que le permite expresar de una forma nueva y original el origen de la autoridad de Jesús y su condición como intermediario entre Dios y su pueblo, y como dispensador de los beneficios divinos (Reinado de Dios). Antes de que otros grupos cristianos reivindicaran para Jesús esta condición de mediador siguiendo las pautas de esquemas conservados en la memoria cultural de Israel (mediador de la Alianza, como Moisés), el Evangelio de Marcos ya había identificado a Jesús como mediador de Dios.

La imagen de Jesús como intermediario en las relaciones de patronazgo que Dios establece con su pueblo es coherente con la praxis histórica de Jesús. En la Palestina del siglo primero, los líderes naturales del pueblo habían declinado su obligación de ejercer el patronazgo a favor del pueblo de la tierra, y por ello Dios había decidido intervenir instaurando un nuevo reinado⁴³.

43 MALINA, *The Social Gospel*, 31-35.

La irrupción de este reinado de Dios, especialmente dirigido a los pobres, enfermos y marginados, es la buena noticia que Jesús proclama y hace presente como intermediario de Dios.

Por último, la caracterización de Jesús como intermediario entre Dios y su pueblo que encontramos en el Evangelio de Marcos es una invitación a no reducir la imagen de Jesús como mediador a los textos en los que se habla de él expresamente como mediador de una nueva alianza. Esta imagen, teológicamente más desarrollada, supone en cierto modo una reducción de la condición de Jesús como intermediario, que aparece con matices más ricos y variados en el relato evangélico.