



UNIVERSIDAD BÍBLICA
LATINOAMERICANA
PENSAR • CREAR • ACTUAR

BACHILLERATO EN CIENCIAS BÍBLICAS

LECTURA COMPLEMENTARIA SESIÓN 9
CB 114 SOCIOLOGÍA DEL PERÍODO
BÍBLICO II

Stewart, Eric. "Estratificación social y Patronato en sociedades mediterráneas de la antigüedad". En *Para entender el mundo social del Nuevo Testamento*, editado por Dietmar Neufeld y Richard E. DeMaris, 229-242. Estella: Verbo Divino, 2014.

10

Estratificación social y patronato en las sociedades mediterráneas de la antigüedad

Eric C. Stewart

Las sociedades del Nuevo Testamento se caracterizaban por un alto grado de estratificación (Lenski, 1984, pp. 242-296; Oakman, 1986; Stegemann y Stegemann, 1999; Hanson y Oakman, 2008). Una característica de ellas era la existencia de un pequeño grupo de la clase dirigente servido por el grupo mayor de los criados. La gran mayoría de la población se componía de un sector bastante amplio de campesinos y artesanos, un sector menor –aunque sustancial– de esclavos y un sector de incapaces de trabajar o de mantenerse a sí mismos por enfermedad o por cualquier otro infortunio. A causa de esa estratificación, había una gran distancia en cuanto a posición social entre la minoría selecta y el resto de la sociedad. Las élites controlaban la mayoría de las tierras, se hacían con lo mejor de los alimentos a través de rentas e impuestos y acaparaban la mayor parte de la riqueza. Por si fuera poco, controlaban los ejércitos y la administración de las ciudades (Stewart, 2007).

La realidad de las grandes diferencias sociales y materiales entre los distintos estratos de la población hizo necesaria la institución del patronato, en la cual encontraron protección individuos carentes de medios o habilidades para mantener su posición o medio de vida. El

patronato consistía sobre todo en un intercambio de bienes y servicios entre personas desiguales desde el punto de vista social. Es importante señalar que no en todos los intercambios había elementos “económicos”. A menudo, el patronato implicaba ayuda material, pero también frecuentemente suponía poder, protección e influencia. Los buenos patronos promovían los intereses de sus clientes y estos correspondían alabando a sus patronos y pregonando su “excelencia” a todo el que los quisiera oír. En una sociedad basada en el honor, esa alabanza pública era particularmente importante para el prestigio de los patronos. Los clientes podían proporcionarles otras cosas, especialmente información y servicio, y en general se movían en la sociedad para promover los intereses de sus patronos dentro y fuera de las redes de patronato.

El patronato puede incluirse en la amplia categoría de la reciprocidad. Esta es una relación tanto social como material. “Una relación social puede originar cierto movimiento de bienes... Si los amigos hacen regalos, los regalos hacen amigos” (Sahlins, 1972, p. 186). En ese contexto funciona el patronato. Según Sahlins, hay tres tipos de reciprocidad: negativa, equilibrada y generalizada. La reciprocidad negativa se distingue por el importante papel que desempeña en ella el egoísmo, que busca aprovecharse simplemente del otro (*ibid.*, pp. 193-196). Es un intento de obtener en la transacción más de lo que se da y, si es posible, “conseguir algo a cambio de nada con impunidad” (*ibid.*, p. 195). En la reciprocidad equilibrada, las partes intercambian bienes o servicios en medidas similares. Casi universalmente, esas intercambios no son de bienes materiales del mismo género aunque sean de distinto origen, puesto que de otro modo la transacción carecería de sentido. Las partes intercambian bienes a los que no tienen igual acceso o que no necesitan de igual manera, pero cuyo valor es aproximadamente el mismo para cada una de ellas. La reciprocidad generalizada “tiene que ver con prestaciones supuestamente altruistas, realizadas con fines de ayuda y, si es posible y necesario, devueltas” (*ibid.*, p. 193-194). La reciprocidad generalizada es la que se da con mayor frecuencia entre familiares. Se caracteriza por la falta de un verdadero reflejo contable y de una clara expectativa de respuesta con una acción semejante. En otras palabras, no se espera una devolución inmediata.

De los tres tipos de reciprocidad, la generalizada es la que tiene más potencial para continuar por tiempo indeterminado. Cuando la reciprocidad es equilibrada, no se elimina la relación, pero el “em-pa-te” tiene el efecto de que las partes no se sienten obligadas la una respecto a la otra hasta que intentan entrar en una interacción de distinto género. La reciprocidad negativa suele practicarse solo con aquellos con los que no se mantiene en el momento una relación social. Este tipo de reciprocidad supone que la relación, aunque sea actual, no es amistosa. Por último, la reciprocidad generalizada, debido a que con frecuencia no prevé una pronta respuesta al beneficio recibido, entraña una relación en la que una parte queda siempre obligada a la otra. Aquí, Sahlins utiliza el ejemplo de la madre que amamanta a su hijo. Ni este puede pagar a la madre con la misma clase de beneficio, ni se espera que lo haga. Idealmente, sin embargo, el hijo siempre actuará en favor de ella, consciente de que nunca podrá equilibrar la balanza. Junto con las relaciones familiares, el patronato es un tipo de reciprocidad generalizada (Crook, 2004a, p. 58).

Características de patronos y clientes

El importante libro de Richard P. Saller sobre el patronato personal en la Roma antigua propone tres criterios que distinguen los lazos entre patrono y cliente de otros tipos de relación: 1) “el intercambio *recíproco* de bienes y servicios”, 2) “una relación personal de cierta duración” y 3) la existencia en ella de “asimetría, en el sentido de que las dos partes son de estatus desigual y ofrecen diferentes clases de bienes y servicios en el intercambio, peculiaridad que distingue al patronato de la amistad entre iguales” (Saller, 1982, p. 1). A estas tres características, especialistas en el campo del patronato en el Imperio romano han sumado una cuarta: esas relaciones se entablaban voluntariamente (Garnsey y Woolf, 1989; Drummond, 1989, p. 101). Patronos y clientes eran libres de entrar y salir de la relación de patronato, aunque ello acarrea ciertos costes. Considerando los rasgos distintivos del patronato en una amplia comparación transcultural, también S. N. Eisenstadt y Louis Roniger subrayan de nuevo el carácter personal, voluntario, desigual y recíproco de la relación, pero añaden que esas relaciones eran frecuentemente extrale-

gales y entrañaban elementos de confianza y solidaridad. Además señalan que, al menos en los casos más favorables, duraban toda la vida (1984, pp. 48-49).

Los tipos de bienes y servicios intercambiados entre patronos y clientes eran susceptibles de variar significativamente de una relación a otra. Los patronos podían proporcionar a sus clientes muchas clases de ayuda: tierra, dinero, protección, apoyo en problemas legales, alimentos, acceso a otros patronos y cualquier otra cosa que fuera necesaria para su bienestar general. Lo que caracteriza a los patronos es su control sobre el acceso a los recursos que necesitaban los clientes. En esos recursos podían entrar cosas como cargos políticos y cartas de recomendación para clientes de alto estatus, pero también otras para cubrir las necesidades básicas de la vida, como productos alimenticios o protección de enemigos o incluso de ejércitos extranjeros. Los clientes, por su parte, podían proporcionar dinero para apoyar los intereses de sus patronos, prestación de servicio militar y, sobre todo, aquello que redundase en honra de ellos. Lo más importante que los clientes podían ofrecer a sus patronos era honor y lealtad o fidelidad (Eisenstadt y Roniger, 1984; Malina, 1988; Crook, 2004a).

Sistemas de patronato

Lo que a veces se pierde de vista en las consideraciones sobre el patronato personal es cómo este sistema funcionaba en múltiples niveles de la sociedad. Los historiadores que se ocupan de esta cuestión nos hacen saber que los clientes individuales podían encontrar –y de hecho encontraban– patronos personales para las necesidades más variadas, pero frecuentemente pasan por alto el patronato como sistema en el mundo romano. Andrew Wallace-Hadrill, que ha estudiado la especificidad del patronato dentro de un contexto romano (que, en su opinión, difiere fundamentalmente de los contextos griegos), reconoce que la dificultad para el análisis del patronato reside en la relación entre especificidad cultural y patronato como fenómeno transcultural (1989b, pp. 65-68). Wallace-Hadrill apunta que algunos historiadores sociales opinan que el fenómeno de las relaciones patrono-cliente a veces se da aun faltando el lenguaje relativo a ellas.

Los sociólogos T. Johnson y C. Dandeker dicen con respecto al mundo romano que los historiadores suponen la existencia de un contexto de “mercado” en el que el patronato tiene una función anómala, problemática, aunque sirve a veces de salvaguardia (1989, pp. 234-240). Los historiadores del patronato romano suelen hablar de Estado y patronato y suponer que la estructura “normal” de la sociedad funcionaba a través del Estado (*ibid.*, pp. 234-236). Entienden que el patronato, lejos de servir para “cubrir huecos” cuando el mercado entraba en crisis, era en realidad el sistema estructural del Estado romano: “Durante gran parte de su historia, Roma fue una sociedad en la que las iniciativas privadas y las funciones oficiales estuvieron mediadas por lazos personales de patronato” (*ibid.*, p. 236). Estas relaciones “desempeñaban un papel predominante (no exclusivo) en la organización de la economía, de la administración y de la sociedad” (*ibid.*, p. 223). Por resumir: la clase de sistema de patronato a que ellos se refieren no era una simple agregación de numerosas relaciones patrono-cliente, sino que constituía de hecho “el mecanismo principal en la distribución de unos recursos escasos y el medio preponderante de legitimar el orden social” (*ibid.*, p. 223). En otras palabras, el Imperio romano no era una economía de mercado en la que cayese “a través de las grietas” más gente que en las modernas economías de mercado de los países industrializados. La economía romana fue estructurada en gran parte a través del patronato.

Johnson y Dandeker aprecian que, en el paso de república a imperio por parte de Roma, dos novedades marcaron el principio del fin para el patronato tal como se practicaba en la época de la República. La primera fue la reducción en el “competitivo pluralismo del sistema” que trajo consigo el emperador por la concentración de más recursos en menos manos. Este cambio limitó sobremanera el número de patronos con acceso a los bienes e introdujo mucha más intermediación (véase Batten en el presente volumen), haciendo extraordinariamente importante el acceso a la casa imperial y a los beneficios que ello pudiera reportar. La segunda novedad que forzó la adaptación del sistema de patronato se debió en gran parte a la primera. El patronato con respecto a pueblos, ciudades y regiones socavó el patronato como sistema al debilitar la relación personal entre los patronos y sus clientes. Como resultado, “el vínculo patro-

no-cliente se hizo más difuso y genérico” y tendió a reducir la relación recíproca “al solo intercambio de beneficio por honor” (*ibid.*, p. 239). Al monopolizar la casa imperial cada vez más los recursos del Imperio romano, se multiplicaron los clientes colectivos. Estos, ya fueran pueblos, ciudades, grupos étnicos u otros tipos de asociaciones, correspondían a sus bienhechores, que estaban a mucha mayor distancia de ellos personalmente, dedicándoles inscripciones encomiásticas, estatuas, edificios, es decir, cuanto hiciera falta para halagar a unos patronos con los que no tenían ninguna relación directa. El patronato perdía su carácter personal con esta práctica, que anunciaba la inminencia del control de los recursos por el Estado.

No se sabe, sin embargo, en qué medida esas novedades cambiaron las cosas para los clientes de clase modesta. Es claro que quienes tenían acceso a múltiples fuentes senatoriales de patronato vieron su capacidad de elección limitada por la concentración de recursos bajo control imperial. Pero los clientes de posición más baja, los no conectados directamente con los poderosos patronos de Roma, probablemente tenían que valerse de varios niveles de intermediarios o comisionistas si necesitaban alcanzar el apoyo de determinadas instancias. Hablando de las alianzas diádicas, que forman la base de la relación patrono-cliente, C. H. Landé apunta que “las personas que poseen recursos sustanciales o tienen acceso a ellos cuentan con muchos posibles aliados”, mientras que las de posición inferior y menos medios “suelen tener muy escasos aliados entre los que escoger” (1977, p. XVI). Quienes carecían de recursos suficientes para desenvolverse como patronos tendrían menos clientes entre los que elegir, y quienes careciesen de los medios o las capacidades necesarios para corresponder a los patronos difícilmente contarían con una lista de ellos entre los que optar.

La institución del patronato: una visión ideal

Dionisio de Halicarnaso, historiador griego que compuso una historia de la Roma primitiva, las *Antigüedades romanas*, dice que fue el fundador de Roma, el propio Rómulo, quien estableció el carácter jerárquico de la sociedad y la práctica del patronato. Su descripción de este parece claramente idealizada y escrita con el fin de condenar

esa práctica y su “deterioro” tal como existía en la Roma de su tiempo. Pero la referencia es útil por cuanto la descripción expone lo que podía ser idealmente la relación patrono cliente.

Dionisio refiere la manera en que Rómulo organizó la sociedad recién formada en Roma (*Ant. rom.* 2.9-11). Una vez reconocido allí como rey, Rómulo dividió al pueblo en dos clases: patricios y plebeyos. Puesto que los patricios eran “por naturaleza” más aptos para gobernar, fueron situados por encima de los plebeyos y se les confiaron funciones de ayuda a Rómulo en el ejercicio del poder. Ellos iban a ser los sacerdotes, los jefes o guías y los jueces. A los plebeyos, por su parte, les fueron encargadas otras tareas necesarias para el mantenimiento de la sociedad, tales como la agricultura, la ganadería y el comercio, pero no las relativas a gobierno. Esto a causa de su escaso conocimiento de los negocios públicos y a la falta de tiempo libre que emplear en adquirirlo (*Ant. rom.* 2.9.1). Rómulo entendía que esas disposiciones eran necesarias para gobernar mejor a los de menor categoría y permitió a los plebeyos buscarse patronos de la clase patricia (*ibid.*, 2.9.2). A continuación Dionisio expone los deberes que patronos y clientes tenían los unos con respecto a los otros:

Era deber de los patricios explicar a sus clientes las leyes, de las que estos eran ignorantes; preocuparse por ellos tanto en su ausencia como cuando estuvieran presentes, haciendo en beneficio suyo lo que los padres hacen por sus hijos en lo tocante a dinero y a los contratos relacionados con dinero; litigar en favor de sus clientes cuando se cometiese injusticia con ellos en conexión con contratos y defenderlos contra todo el que los llevase a juicio, y, por abreviar, garantizarles tanto en los asuntos públicos como en los privados toda esa tranquilidad [*sic*] que particularmente ellos necesitan. Era deber de los clientes ayudar a sus patronos en la provisión de dote para sus hijas al contraer matrimonio, si los padres no tenían medios suficientes; pagar rescate al enemigo si ellos o alguno de sus hijos caía prisionero; sacar de la propia bolsa lo necesario para pagar las pérdidas de sus patronos en pleitos privados y las sanciones pecuniarias que se les impusiera abonar al Estado, proporcionándoles esas contribuciones no a título de préstamo, sino en prueba de gratitud, y compartir con sus patronos los gastos en que incurrieran en sus magistraturas y otras actividades públicas, de la misma manera que si fueran parientes suyos. Se consideraba impío e ilícito que patronos y clientes se llevasen mutuamente a juicio, o atestiguaran o votasen el uno contra el otro, o se aliasen con sus respectivos enemigos, y cualquiera que hiciera alguna de estas cosas era culpable de traición en virtud de la ley de Rómulo y podía ser ejecutado legalmente

por cualquier hombre que quisiera hacerlo, como víctima consagrada al Júpiter de las regiones infernales.

(Dionisio de Halicarnaso, *Antigüedades romanas* 2.10.1-3)

Dionisio continúa explicando que los romanos exportaron este tipo de relación patrono-cliente a todos los lugares colonizados por Roma. De hecho, a los habitantes de esos lugares no se les impuso esta institución, sino que la eligieron por sí mismos (*ibid.*, 2.11.1). Este tipo de relación de patronato, subraya Dionisio (*ibid.*, 2.11.2), evitó derramamiento de sangre entre romanos durante seiscientos treinta años (!).

Es importante reiterar que las relaciones entre patronos y clientes están idealizadas en la referencia de Dionisio. En la realidad, el patronato podía alejarse mucho de este ideal de práctica. Pero Dionisio señala dos elementos que probablemente evitaron en numerosos casos que las relaciones entre patronos y clientes se rompieran hasta llegar a una abierta hostilidad. El primero es que esos lazos podían existir durante muchas generaciones debido a una especie de piedad filial. Los hijos de los patronos se sentían obligados a cumplir las demandas hechas al patrono, no a causa de requerimientos legales, sino por sentido del honor. En cuanto a los clientes, se esperaba que mantuvieran la relación con sus patronos, aunque ciertamente contaban con la posibilidad de buscar protección en más de uno. El segundo elemento que sostenía la relación patrono-cliente era, según Dionisio, la permanente competición entre patronos por aumentar en lo posible el número de clientes de la familia, ya que “era motivo de gran alabanza (*mega epanion*) tener muchos” (*ibid.*, 2.10.14). Estaba, además, el hecho de que los clientes podían proporcionar ayuda material a sus patronos (en las circunstancias anteriormente indicadas), pero lo más importante era la categoría que les reportaban: cuantos más clientes tenía un patrono, mayor era su prestigio entre sus iguales. Hay que señalar, por último, que, al menos desde un punto de vista ideal, patronos y clientes debían tratarse como si pertenecieran a un mismo grupo familiar (*ibid.*, 2.10.1). Este tipo de reciprocidad es reciprocidad generalizada, la prevista como modelo para patronos y clientes.

Patronato divino

También las deidades podían ejercer el patronato (Neyrey, 2004; Malina, 1988; Crook, 2004a). Para los primeros seguidores de Jesús (y quizá para Jesús mismo), proclamar patrono al Dios de Israel significaba que no había otros patronos a los que uno pudiera dirigirse y esperar acceso a los mismos bienes y servicios. El Dios de Israel controlaba todos los recursos. Esta afirmación puede leerse como un cuestionamiento de las pretensiones imperiales de proporcionar protección a todos los habitantes del Imperio romano. Era Dios, no el César, quien disponía de las cosas en su totalidad, entre ellas la tierra, la posición social, la victoria, la salvación y el Imperio.

Imagen del patronato divino

A diferencia de la mayor parte de los habitantes del Imperio romano, los judíos, incluidos los que seguían a Jesús, no tenían acceso a múltiples patronos celestiales. Si se leen los evangelios de este modo, quizá se entienda mejor la figura de Jesús viéndolo como un agente divino que proporciona a los clientes acceso a Dios (Malina, 1988; Williams, 2006, pp. 42-47). Los clientes son quienes se obligan a Dios recibiendo sus beneficios. Por supuesto, es una cuestión abierta si esos beneficios se extienden a todos, se hayan sumado o no a la red de patronato.

Ejemplos neotestamentarios

Hay numerosos ejemplos en el Nuevo Testamento de relaciones patrono-cliente activas. El resto de este capítulo estará dedicado a explorar diferentes ejemplos del fenómeno en los evangelios y en la primera carta de Pablo a los corintios.

Jesús y el patronato: la curación del hijo del centurión

Tal vez uno de los ejemplos más claros de patronato y redes de patronato se encuentre en el evangelio de Lucas. Jesús cura al siervo de un centurión romano (Lc 7,1-10). El centurión es patrono de

cierta comunidad de judíos. Eso le ha permitido pedir a sus clientes, en este caso ancianos, que hablen a Jesús en su favor. Así lo hacen, indicando a Jesús que lo “merece” por haber ayudado a esa comunidad a causa de su amor al pueblo judío (7,4-5). La indicación de que merece el favor de Jesús sugiere que ellos son fieles clientes de su patrono. Este no es como otros soldados romanos, que no son amigos de los judíos, sino que les ha edificado una sinagoga. Aquí los clientes del centurión recurren a Jesús en calidad de mediadores por su etnicidad de judíos. Y, en efecto, Jesús cura al siervo del centurión, lo cual sugiere que la mediación de los ancianos fue exitosa en proveer a su patrono acceso a Jesús.

Es importante notar quién es o no patrono o cliente en este episodio. Incluso si pensamos que Jesús actúa como agente del Reino de Dios (Malina, 1988), aquí, mediante el poder de Dios, su patrono, proporciona el beneficio de curar al esclavo del centurión. Este se presenta a sí mismo como alguien sujeto a autoridad (Lc 7,8). Tiene subordinados, entre ellos soldados y siervos, pero no es patrono de ninguno de ellos, sino de los judíos. Los soldados romanos y los siervos (de etnicidad desconocida) no son libres de servir o no al centurión. Se supone que no han entrado voluntariamente en relación con él, y desde luego no tienen la opción de marcharse. Los judíos, en cambio, han contactado libremente con el centurión. Aunque están sometidos sin más remedio al poder romano, podían haber rechazado la oferta del centurión de construirles la sinagoga. No lo hicieron, y ahora están obligados a proporcionar ayuda a su patrono en un momento de necesidad. Con tal fin se acercan a Jesús, su compatriota, para que beneficie al centurión. Este saluda a Jesús describiéndose característicamente como poco digno de su visita, para mostrarle deferencia (7,6). Pese a ser un oficial romano, no se presenta siquiera como igual a Jesús, sino que insiste en su inferioridad con respecto a él. Esa actitud humilde, ese situarse en la posición de cliente, da lugar a la declaración de Jesús sobre la fe del centurión (Lc 7,9). Aquí *pistis*, palabra griega más frecuentemente traducida como “fe”, hace más bien referencia al reconocimiento de la deuda contraída por parte del centurión y a la correspondiente lealtad hacia Jesús (Crook 2004b, pp. 174-175).

1 Corintios

J. K. Chow (1992) analiza 1 Corintios desde la perspectiva del patronato. Intenta leer el trasfondo del texto para estudiar algunas circunstancias de la comunidad corintia de las que se ocupa Pablo en la carta. Chow atina al sostener que el patronato es un aspecto significativo de toda colonia romana en el siglo I. Mediante un análisis de las redes sociales corintias y del papel que el patronato desempeñaba en ellas, considera las incongruencias de estatus que se daban en aquella comunidad (*ibíd.*, pp. 83-112). Opina que tres factores predominantes en Corinto causaron que el grupo de seguidores de Jesús allí radicados tuvieran problemas con patronos. Esos tres factores son: 1) diversos grados de desigualdad en cuanto a posición social; 2) resistencia a admitir el apostolado de Pablo, entre otras razones porque este se negaba a aceptar dinero y quedar obligado a los ricos patronos de Corinto, y 3) los miembros de la comunidad que eran patronos mantenían lazos con individuos no pertenecientes a ella para favorecer sus intereses personales. En otras palabras, patronos poderosos (en el estudio de Chow, este calificativo equivale esencialmente a ricos) dominaban la comunidad corintia y se oponían al apostolado de Pablo y a sus ideas con respecto al grupo.

La visión que tiene Chow del patronato reviste importancia e interés, pero está lastrada por su omisión de considerar a Pablo a la luz del patronato divino. También el apóstol está implicado en los sistemas de patronato, aunque se niegue a aceptar dinero de los corintios. Parte de las dificultades que parece tener con estos es que los concibe como un grupo unitario endeudado con Dios por los beneficios recibidos. Crook (2008) opina que el lenguaje relativo a *charis* (gracia, misericordia) en el Nuevo Testamento hay que entenderlo más bien como relacionado con “beneficio”, porque esa palabra griega está vinculada culturalmente al concepto de patronato. En el caso de 1 Corintios –sin discutir el análisis de Chow (1992) sobre las dificultades que el patronato pudiera haber causado a la comunidad de Corinto–, Pablo se esfuerza en conseguir que los corintios se vean como una comunidad unitaria a la que Dios ha beneficiado. Así como el propio Pablo ha recibido beneficios divinos (1 Cor 3,10; 15,10), también los han recibido los corintios (1 Cor 1,4; 2,12; 7,7).

Por eso todos los miembros del grupo son clientes del Dios de Israel, cuyo patronato tiene como mediador a Cristo y, a través de él, también a Pablo. Si todos los que forman la comunidad corintia son clientes de Dios, las divisiones entre ellos suponen para Dios un deshonor. Quizá donde se hace más patente este hecho es en el caso de miembros de la comunidad corintia que se llevan unos a otros ante los tribunales (1 Cor 6,1-8). Chow (1992, pp. 123-130) acierta sin duda al señalar que el sistema legal romano producía situaciones en las que personas ricas, poderosas, partían en los litigios con mucha ventaja sobre la parte contraria cuando esta tenía menos medios. De todas formas, Pablo considera que ya el hecho de que unos litiguen contra otros convierte a todos en perdedores. (1 Cor 6,7). Y la razón que da es su condición de hermanos (6,8). Como hemos dicho, frecuentemente patronos y clientes se atribuían e invocaban vínculos familiares entre ellos. Pablo sostiene que es preferible soportar la injusticia que llegar con otros miembros de la comunidad a conflictos cuya única solución está en el recurso al sistema legal (1 Cor 6,7-8). Que clientes y patronos, o en este caso patronos del mismo cliente, se llevasen unos a otros a los tribunales solo podía redundar en un grave daño para la reputación del patrono. Como escribió Dionisio en su idealizado resumen de los orígenes del patronato romano, que el cliente litigase contra su patrono, o a la inversa, se consideraba una conducta impía e ilícita y dejaba en quien así procedía la mancha de la traición. Era la reputación, o el honor, del Dios de Israel y su intermediario Jesús lo que uno ponía en peligro comportándose de la manera que Dionisio califica de “reprobada tanto por la ley divina como por la humana” (2.10.3). Llevar la causa ante los injustos (1 Cor 6,1) es ya perder (1 Cor 6,7).

Las preocupaciones de Pablo sobre el patronato de Dios van más allá de los litigios. Chow (1992, pp. 141-157) percibe con acierto que el contexto de comer carne ofrecida a ídolos está relacionado con elementos sociales de la situación en Corinto. Piensa que el contexto para la participación de algunos seguidores de Jesús corintios en comidas en templos dedicados a dioses romanos o griegos (1 Cor 8,1-6) es probablemente la influencia del culto imperial en Corinto. Entiende que el motivo principal de su participación en esas comidas es el mantenimiento de relaciones sociales con in-

dividuos prominentes que gobernaban Corinto y tenían conexiones con la casa imperial. Aunque todo esto es posible, incluso probable, Pablo está preocupado por otro motivo. Sin duda, una de las razones básicas para asistir a fiestas (de cualquier clase) en el templo de una deidad romana habría que buscarla en los beneficios de esa deidad. Esto es precisamente lo que inquieta a Pablo. Él no parece ver un inconveniente en el hecho en sí de comer la carne ofrecida a ídolos (1 Cor 10,27), sino en el contexto en que se come. Tampoco parece importarle que miembros la comunidad de seguidores de Jesús celebre comidas compartidas con personas ajenas a ella (1 Cor 10,27), por lo cual el mantenimiento de lazos con antiguos patronos difícilmente puede ser el problema. Para Pablo, la cuestión es que el Dios de Israel dejará de proporcionar su patronazgo a los que lo busquen también en otros dioses. Pablo no acepta la postura de los corintios “fuertes” de que “un ídolo no es nada en el mundo” y de que “no hay más que un único Dios” (1 Cor 8,4). Esos seres existen como patronos alternativos al “único Dios” y “único Señor” de quien provienen los beneficios “para nosotros” (1 Cor 10,20). Pero esos otros seres, lejos de ser patronos benevolentes, son demonios (1 Cor 10,20). Y Dios es un patrono celoso, que no se queda de brazos cruzados mientras sus clientes recurren a otros patronos (1 Cor 10,21-22). Buscar la protección de otros patronos divinos equivale a perder el patronazgo del Dios de Israel. El objetivo retórico de Pablo en 1 Corintios es, pues, que los miembros de la comunidad corintia se vean como un grupo unitario basado en el parentesco ficticio, que tiene un solo patrono y un solo mediador (Bartchy, 1999; 2008).

Conclusión

Hay ciertamente muchos otros textos neotestamentarios que se pueden analizar con provecho utilizando el modelo patronal y clientelar. A lo largo del Nuevo Testamento, Dios es entendido como un patrono para sus devotos (Neyrey, 2004). Y Jesús es un agente o mediador de los beneficios de Dios en los evangelios sinópticos (Malina, 1988). La conversión de Pablo al movimiento de Jesús se puede entender mejor contemplada contra el telón de fondo del patronato, el

beneficio y la lealtad (Crook 2004a; 2008). Frecuentemente, la oración no es sino una llamada a un patrón para que proporcione sus beneficios, o una acción de gracias por los beneficios recibidos (Neyrey, 2001; Crook, 2007). Aunque cambió en la época del Imperio romano, el patronato estaba todavía vivo y con fuerza durante el período neotestamentario. Simplemente la cantidad de cantidad de inscripciones dedicatorias, estatuas y edificios que nos ha legado el mundo romano del siglo I es un testimonio suficiente de la práctica de honrar públicamente a los patronos por sus beneficios a individuos, comunidades y grupos étnicos. El patronato permaneció como un importante factor en el mundo social del Nuevo Testamento.

Lectura adicional

Bowditch, P. L., *Horace and the Gift Economy of Patronage*, University of California Press, Berkeley 2001.

Damon, C., *The Mask of the Parasite: A Pathology of Roman Patronage*, University of Michigan Press, Ann Arbor 1997.

Eilers, C., *Roman Patrons of Greek Cities*, Oxford University Press, Oxford 2002.

Lomas, K., y T. Cornell, *"Bread and Circuses": Euergetism and Municipal Patronage in Roman Italy*, Routledge, Londres 2003.

Sahlins, M., *Stone Age Economics*, Aldine-Atherton, Chicago 1972 (traducción española: *Economía en la Edad de Piedra*, Akal, Madrid 1983).

Saller, Richard P., *Personal Patronage Under the Early Roman Empire*, Cambridge University Press, Cambridge 1972.

Verboven, Koenraad, *The Economy of Friends: Economic Aspects of Amicitia and Patronage in the Late Republic*, Collection Latomus 269, Éditions Latomus, Bruselas 2002.