



DISCURSO

& SOCIEDAD

Copyright©2012
ISSN 1887-4606
Vol. 6(2) 244-282
www.dissoc.org

Artículo

**Análisis crítico del discurso del Ministerio
Internacional Iglesia Fuente de Agua Viva
en Puerto Rico: un acercamiento etnográfico**

*Critical analysis of the Ministerio Internacional
Iglesia Fuente de Agua (The Fountain of Living
Waters International Church)*

Doris Linda Borrero Montalvo
Universidad de Salamanca

Resumen

En esta investigación se analizan algunas de las estructuras lingüísticas y las estrategias persuasivas utilizadas en varios discursos religiosos del Ministerio Internacional Iglesia Fuente de Agua Viva (FAV)¹. El objetivo es identificar aquellos mecanismos que “legitiman el discurso e influyen en el pensamiento y las acciones de los asistentes” (van Dijk, 1993). Asimismo, se pretende demostrar el uso constante de dichas estrategias y estructuras en los diferentes discursos. Para realizar la investigación se utilizó el marco teórico sobre análisis crítico del discurso propuesto por van Dijk (1993). El mismo plantea que el discurso no está constituido solamente por la emisión del mensaje, sino que incluye significado, comprensión y razonamiento. La teoría, además, establece que la eficacia y el poder del discurso se realizan a través del uso de algún baluarte social, en cuyo caso queda aquí compuesto por la religión. Por último, se realiza un análisis etnolingüístico a partir de la etnografía de la comunicación de Hymes (1974) para comprobar el uso de los aspectos de la sociedad y la cultura puertorriqueña que se insertan en el lenguaje verbal y no verbal. Las conclusiones de la investigación permiten identificar aquellas condiciones lingüísticas y contextuales que respaldan la efectividad de dicho discurso religioso entre la población.

Palabras clave: discurso religioso, etnolingüística, ideología

Abstract

This research project analyzes the linguistic structures and rhetorical strategies used in three different discourses of the Ministerio Internacional Iglesia Fuente de Agua Viva (The Fountain of Living Waters Church International) (FAV, its Spanish acronym)² with the aim of identifying mechanisms that “legitimize the discourse and influence the thoughts (and, indirectly, the actions) of attendees” (van Dijk, 1993). Also, it wants to demonstrate how those strategies and structures are constantly used in the discourses of the church. The results of this analysis will enable us to detail the contextual conditions that make these religious discourses effective. This research analyzes several aspects that shape part of these discourses departing from the theoretical framework of van Dijk’s critical analysis of discourse (1993). This theoretical framework proposes that discourse is not composed solely of verbal action, but also includes meaning, understanding, and interpretation. We also examined, through participatory observation, the non-verbal elements of the context in which the discourses are generated that influence the construction of the message.

Keywords: Religious discourse, ethnolinguistics, ideology

1. Introducción

A partir de la teoría del análisis crítico del discurso (en adelante ACD) realizamos un análisis crítico del discurso religioso de una de las entidades protestantes que más relevancia ha acuñado en los últimos años en la sociedad puertorriqueña: el Ministerio Internacional Iglesia Fuente de Agua Viva (en adelante FAV). En primer lugar, hay que destacar que el discurso religioso, al igual que cualquier otro discurso, no está exento de ejercer explícita o implícitamente influencia en la sociedad. Sin embargo, debido a que el mismo sienta sus bases en escrituras catalogadas como ‘sagradas’ y a su intrínseca relación con aspectos concernientes a la naturaleza cognitiva del ser humano (como la espiritualidad, el existencialismo y los valores morales y culturales entre otros), posee un valor social particular en cualquier cultura del mundo. Sin excepción alguna en Puerto Rico también se le considera un baluarte social debido a su estrecha relación con la cultura. De hecho, así lo demuestra Wilfredo Estrada en el libro *Cántico borincano de esperanza: historia de la distribución de la Biblia del 1898 al 1998* en el que “se revela algo significativo en el desarrollo del protestantismo boricua: el respeto a la Biblia, a la integridad de las escrituras consideradas sagradas, veneradas como palabras de Dios” (Pagán, 2000).

Aunque por tradición cultural la religión católica es estadísticamente la más practicada en Latinoamérica y entre la población puertorriqueña, recientemente se ha incrementado el número de grupos protestantes por todo el país (véase Censo de Puerto Rico de 1990). Específicamente a partir del año 1933 hubo un continuo incremento en la población protestante el cual ha sido denominado por los teólogos locales como el “Avivamiento del ‘33”. Este continuo incremento constituye actualmente un fenómeno social investigado tanto por los teólogos como por los sociólogos locales. Al analizar este fenómeno desde el punto de vista de la lingüística, entendemos que dado que el medio principal que utilizan estos grupos para dirigirse al público es el discurso, los mismos han logrado influenciar y satisfacer las necesidades espirituales y psicológicas de una parte de la sociedad usando estratégicamente el poder del lenguaje. Su discurso ha tenido acceso a la cognición social, es decir al conjunto de creencias que comparten los miembros competentes de la sociedad (van Dijk, 1998). Este acceso ha sido a tal escala que su acción

comunicativa no sólo ha influido sobre los modelos mentales de la población, sino que hasta ha ejercido control sobre sus acciones, hecho que se refleja en el aumento de los grupos.

El vínculo que demuestra tener este sustancial aumento con la acción comunicativa ha sido una de las razones por las cuales analizamos este tipo de discurso.

La selección del discurso del Ministerio Internacional Fuente de Agua Viva responde a varios factores: (1) su amplio acceso a los medios masivos de comunicación (por su posesión de emisoras de radio y de televisión con alcance a 28 países vía satélite, así como la edición de un periódico y una página electrónica en la red mundial de Internet), (2) la cantidad de ministerios que posee en todo el país e instituciones comerciales privadas con las que se identifica, (3) el establecimiento de la teología de la prosperidad como base principal de su doctrina (ideología muy popular según los expertos del tema) y por último, (4) la inclusión explícita de manifestaciones políticas dentro de su discurso y su vínculo público en la política local a pesar de la separación constitucional entre la iglesia y el estado.

Especialmente, el último factor, la inclusión explícita de manifestaciones políticas dentro de su discurso y su vínculo público en la política local, es una de las características que distingue a esta entidad frente a las demás congregaciones religiosas.

A partir de la sicología cognitiva, el ACD hace hincapié en que el valor de un aspecto o tema en específico varía entre las culturas o grupos sociales. Según van Dijk “los contextos no están ahí afuera sino aquí adentro, es decir en la mente de los usuarios de la lengua”, de manera tal que los valores sociales están sujetos a una subjetividad perenne. En consonancia con lo propuesto por los teóricos del ACD esta característica resulta de vital importancia para el análisis discursivo. Ello se debe a que en la cultura puertorriqueña la política goza de una peculiar relevancia. De hecho, ha sido a tal magnitud que la prensa local ha denominado la política en varias ocasiones como el “deporte nacional”, y prueba de ello es la euforia que suscitan las campañas eleccionarias en la población en general.

Resalta el hecho de que aunque la Carta de derechos de la Constitución de Puerto Rico (artículo II, sección 3) dispone la existencia de una supuesta separación entre iglesia y estado, tanto el discurso público como las actividades privadas de la entidad en cuestión demuestran rebasar tal separación. Este hecho queda demostrado con las innumerables presentaciones de plataformas

políticas que cuatrienio tras cuatrienio los candidatos de los diferentes partidos políticos exponen abiertamente en el templo como parte del sermón dominical.

Todos estos factores han logrado que dicha entidad religiosa haya acaparado una posición relevante en la sociedad puertorriqueña. Sin embargo, hay que resaltar nuevamente el hecho de que el vehículo principal para lograr establecerse y continuar su crecimiento ha sido su discurso. Esto significa que el lenguaje, y por ende el discurso, conforma concretamente el eje de dicha entidad religiosa.

1.1 El Pabellón de la fe

El Pabellón de la fe es el lugar donde se emitieron los discursos que se analizan en este artículo. Está ubicado en la zona metropolitana de Puerto Rico (en el pueblo de Carolina) y se considera la base operacional de toda la entidad. En su interior se encuentran las oficinas gerenciales y los estudios de su canal de televisión NCN. Además, contiene otros locales comerciales dirigidos a la venta de material de la iglesia y material religioso en general. También hay salones para las conferencias y reuniones de los multiniveles de productos. Antes de proseguir aclaramos que hay otros 26 templos en Puerto Rico, 11 en Estados Unidos y tres repartidos entre Santo Domingo, El Salvador y Argentina, respectivamente.

El interior del templo es similar a los centros comerciales. Hay tiendas con vitrinas y el piso no lleva alfombras, sino lustrosas losetas. Existe una librería donde se pueden encontrar los “Font Books”, estos son libros de la autoría de la familia Font. La gran mayoría firmados por el “apóstol” Font seguidos en número por su esposa, la pastora Magali Font (actualmente ex esposa). En ninguno de los libros se confirma alguna especialización académica de los autores. Sin embargo, cabe señalar que abarcan todo tipo de temas. Desde sexualidad (por ejemplo, cómo dejar de ser homosexual) y finanzas hasta autoestima, “problemas de la mujer” y consejos para la salud. La misma tienda vende productos magnetizados como pulseras, vasos y sortijas. Igualmente, se pueden comprar algunos de sus más célebres productos “naturales” como el “*Super Food*®”, las “*Pleasure Pills*®” y el agua alcalina “*Serenity Outlet*®”. También hay libros de otros autores, Biblias y enciclopedias religiosas, y no faltan figuras y platos conmemorativos de la familia Font y la Torre de Oración. La Torre de Oración se ubica frente al Pabellón de la Fe y existe desde hace tres años. Es un edificio que tuvo un costo de 40 millones de dólares y parte de su

propaganda es que es el edificio más alto de Puerto Rico. El mismo alberga un museo bíblico llamado *Jurrassic Park*, una pista de patinaje de hielo y numerosas oficinas comerciales. Desde principios del año 2006 el Ministerio es dirigido oficialmente por el hijo mayor del fundador, Otoniel Font. Durante el año 2005 la entidad fue objeto de una investigación federal y además se presenció en los medios el divorcio oficial del pastor Rodolfo Font por causas de una relación extramarital. A partir de esos eventos cambió oficialmente la administración.

En locales adyacentes hay una cafetería, un salón de belleza, una agencia de viajes, una guardería para niños y otra tienda de música. En esta tienda se pueden comprar todos los discursos emitidos en ese templo a un costo de \$4 el casete y \$6 el disco compacto.

1.2 El salón del sermón religioso

Separado pero interconectado por pasillos se encuentra el pabellón donde se lleva a cabo el sermón religioso. El mismo tiene la forma semicircular de los estadios ciudadanos. Para entrar hay que pasar por unas puertas automáticas de cristal que al cerrarse aíslan totalmente el bullicio de los pasillos. Una vez dentro se pueden contemplar las divisiones con escaleras y pequeños pasillos análogos a las de un estadio. El piso está cubierto por alfombras rojas y las sillas son plegadizas y de color azul. En las paredes laterales y posteriores están escritos los siguientes pasajes bíblicos:

1. “El Dios de los cielos nos prosperará”.
“Nosotros sus hijos nos levantaremos y nos edificaremos”.
2. “Cree en Dios, Jehová y estaréis seguros”.
“Creéis en sus profetas y prosperareis”.
3. “Yo he venido para que tengan vida y la tengan en abundancia”.

Para llegar al altar hay una escalinata semicircular. En cada uno de los lados del altar hay una pantalla gigante donde se transmite el sermón. Justo antes de subir las escalinatas hay un espacio provisto para las cámaras de televisión que transmiten y graban el discurso. En la parte superior del altar (en el techo) hay una corona similar a la de la Estatua de la Libertad entrelazada con tela roja. En el centro del altar está el podio del reverendo. Su color es cristalino y tiene escrito en la parte superior frontal “Jesucristo es el señor”. En el discurso televisado por lo general se

enfoca este título y el rostro del reverendo, y así se le llama al programa del sermón en la programación del canal.

2. Marco teórico

Para analizar este discurso religioso se ha utilizado el marco teórico propuesto por van Dijk (1993) en su teoría sobre análisis crítico del discurso (en adelante ACD). Este marco teórico propone que el discurso no está compuesto solamente de la acción verbal, sino que incluye significado, comprensión e interpretación. La teoría, además, expone que la efectividad, y por ende el poder, del discurso se ejerce mediante el uso de algún baluarte social, en cuyo caso queda aquí constituido por la religión. Formula, además, un “criterio de adecuación crítica” para incluir las implicaciones éticas y morales dentro del propio análisis. Esto posibilita, por ejemplo, examinar el uso arbitrario de significados o temas identificados a priori como “significados preferidos” (Fairclough, 2004) por la audiencia. En el caso del discurso que emite FAV, esos “significados preferidos” están íntimamente vinculados a la conciencia hipermaterialista que caracteriza las nuevas generaciones. Al aplicar esta idea encontramos un vínculo entre el uso de la teología de la prosperidad como la base teológica del discurso y su difusión masiva en una sociedad hipermaterialista. Este vínculo evidencia la solapada, mas no casual, existencia de un propósito específico de manipulación o control. Por esta razón, resulta importante el acercamiento crítico a las implicaciones éticas que nos permite realizar este marco teórico, sin apartarnos del análisis lingüístico.

Esta teoría contiene también un particular enfoque en las ideologías. Define las ideologías como las creencias generales socialmente compartidas, pero que no incluyen creencias sobre eventos específicos o históricos. En este sentido la teoría del ACD opera desde una base psicológica y sociológica en la que examina las ideologías y su contexto político, social y cultural. El hecho de considerar esos contextos permite explicar por qué ciertas situaciones particulares (sean políticas, sociales o económicas) incrementan el poder discursivo. En nuestra investigación este análisis ideológico permite identificar aquellas ideologías socioculturales que se utilizan como medio eficaz de control y, más aun, para lograr el aval y la aceptación social del discurso. Por último, la teoría

establece la correlación directa entre poder social y el control (o acceso) al discurso público. El discurso de FAV se encuentra totalmente accesible a la sociedad puertorriqueña (y en el ámbito internacional). Esta difusión masiva supone una posición privilegiada en contraste con los demás discursos religiosos que se emiten en el país. Además, comprueba la existencia de unos mecanismos que van más allá de la acción verbal y han sido creados con propósitos determinados.

Posteriormente, se utiliza la teoría sobre la etnografía de la comunicación de Hymes (1974) para realizar el análisis etnográfico del discurso y del contexto. A partir de este marco teórico se analiza (1) el patrón estándar del evento comunicativo, (2) la vestimenta del reverendo, (3) la simbología del escenario, (4) la presentación de los espectáculos musicales y (5) la dinámica grupal que establece el pastor. Hymes utiliza el acrónimo en inglés “SPEAKING” para identificar cada parte de este acercamiento teórico, cuyo contenido esbozamos brevemente a continuación. En primer lugar propone estudiar el “contexto extrapersonal” y la escena donde ocurre el evento comunicativo (“SPEAKING”, *setting, scene*). Este análisis escénico es fundamentalmente abstracto puesto que se concentra en la implicación psicológica que supone el lugar y la hora seleccionados, así como en la definición del género del evento. En segundo lugar, se deben examinar los participantes que conforman el evento (“SPEAKING”, *participants*). Debe tomarse en consideración la restricción de la audiencia ya sea a contestar, refutar o simplemente comentar el mensaje directamente con el emisor. Es obvio que esta restricción demuestra que, como ha señalado van Dijk (1993), hay una correlación directa entre el poder de acceso al público y el abuso de poder a través del discurso. En tercer lugar, examina la finalidad y las expectativas del evento (“SPEAKING”, *ends*). También incluye los objetivos y las contemplaciones personales de los participantes. Sin embargo, hay que diferenciar entre aquellas expectativas producto de la realidad sociocultural en contraste con la finalidad real del evento en cuestión. Como, en efecto, ocurre en este sermón religioso donde la venta ocupa una posición privilegiada. En cuarto lugar, se debe realizar una descripción del patrón del acto comunicativo y el contenido para determinar si existe relación entre el tema del evento (a partir del género y las convenciones socioculturales) y el patrón del acto presentado (“SPEAKING”, *act sequence*). En quinto lugar, Hymes propone el análisis del tono emocional del evento

(“SPEAKING”, *key*). Enfatiza que a menudo el lenguaje no verbal y el corporal ofrecen más información sobre el evento, y apunta que la audiencia misma presta más atención a esto que al contenido discursivo del acto en cuestión. Como parte de este análisis incluimos el tono y la actitud burlesca, jocosa o satírica del mismo.

En sexto lugar, plantea la descripción del canal de comunicación así como el registro o código del discurso (“SPEAKING”, *instrumentalities*). Se incorporan también las diferentes modalidades usadas durante todo el discurso (por ejemplo, en el discurso de FAV, citar una fuente bíblica, luego hacer un chiste, mercadear un producto, ordenar que se cambie la página en la Biblia, intercalar una pieza musical, comenzar a leer otro versículo, contrastarlo con la vida privada, entre otras actividades). En séptimo lugar, se estudian las reglas de interacción e interpretación consideradas adecuadas en cada tipo de discurso según lo dictan las convenciones culturales y sociales (“SPEAKING”, *norms of interaction and interpretation*). En este caso el discurso religioso posee un canon variante, según la denominación religiosa y el contexto sociocultural, por tal razón, es necesario analizar si el mismo se ajusta a esas convenciones. En octavo, y último lugar, se propone examinar el género del discurso (“SPEAKING”, *genre*). Aclaremos que por razones de espacio en este artículo solo se presentan los análisis correspondientes a los instrumentos.

A partir de estos marcos teóricos se realizaron los siguientes análisis: (1) análisis de las estrategias persuasivas, (2) análisis de las estructuras lingüísticas que refuerzan la persuasión y (3) análisis sobre los aspectos etnográficos y etnolingüísticos.

3. Presentación de Datos

Para realizar la investigación presentada en este artículo se han utilizado los discursos titulados: “Las bienaventuranzas de la prosperidad” que comprenden varios discursos. Sin embargo, las citas presentadas son del día 18 de enero. Primeramente, se presentan los aspectos más generales de los discursos, entiéndase aquellos aspectos extralingüísticos y etnográficos que forman parte del propósito y que se relacionan con la cultura y el contexto social puertorriqueño (música de fondo, la decoración del espacio escénico, la secuencia de eventos, la dinámica de interacción establecida por el orador y la vestimenta). Posteriormente, se

presenta el análisis de las estrategias persuasivas y las estructuras lingüísticas.

No obstante, es necesario indicar que entre todos estos aspectos, es decir, los etnográficos, los extralingüísticos, las estructuras lingüísticas y las estrategias persuasivas encontramos no solamente un objetivo común, sino un vínculo y una relación de apoyo entre sí. Estos vínculos tienen un papel importante en la sólida efectividad de los discursos. Definitivamente, no en vano han sido creados por la entidad para cumplir con un mismo objetivo. Debido a tal importancia una vez presentados y analizados los datos también se describen y se analizan brevemente los diferentes vínculos entre todos estos aspectos.

4. Aspectos extralingüísticos y etnográficos

Como ya se ha explicado en el apartado del marco teórico, el análisis se basa en la propuesta teórica sobre la etnografía de la comunicación de Hymes (1974), modificada posteriormente por Saville-Troike (2003).

Este análisis del contexto de la situación y algunos de sus elementos incluye la música de fondo, la decoración del espacio escénico en que ocurre el discurso y la secuencia de eventos que se da antes del discurso principal como evento comunicativo. Además, contiene la dinámica de interacción establecida por el orador y la vestimenta que utiliza para resaltar su rol patriarcal de cabeza del grupo de fieles y legitimar su discurso.

4.1 La música

La música de fondo tiene como objetivo primordial amenizar el discurso. Existen dos formas en que tiene lugar dicha animación: por una banda permanente o por grupos de música popular cristiana. Se presentan grupos o solistas que cantan merengue, salsa, baladas y “pop rock”. Durante la época navideña, se inclinan principalmente por la plena y los villancicos. Hay una participación activa del público. Se levantan de sus asientos y hacen coreografías grupales, aplaudiendo, haciendo movimientos con las manos y dando pasos de lado a lado. Sin embargo, nunca hay baile de parejas. Esto crea una atmósfera festiva y brinda un tono de júbilo al sermón. Recuérdese que critica la negatividad, la infelicidad y la impersonalidad de las demás iglesias, especialmente de la católica.

También se burla de los cantos hindúes y gregorianos y del tono solemne y formal de las lecturas bíblicas. En contraste, la música en su discurso pretende demostrar la aparente dicha de recibir su mensaje, como él muy bien ha expresado: “¡En mi iglesia se canta, se alaba, la gente se alegra! ¡La gente danza en chancletah!” En la cultura puertorriqueña la música, particularmente la salsa, la plena y el merengue representan festejo y son preferidas por el público en general. De modo, que funciona como estrategia para atraer público y transformar la formalidad y seriedad propia del sermón religioso.

4.2 El espacio escénico

La decoración del espacio escénico en que discurre el discurso posee estrechos vínculos con la teología de la prosperidad, el sistema capitalista y la adopción de la cultura norteamericana. Como primer símbolo mencionaremos la corona de la Estatua de la Libertad que adorna el techo del altar. La Estatua de la Libertad es considerada un icono nacional de los Estados Unidos y se encuentra localizada en la “capital” del mundo, Nueva York. La representación de este símbolo dentro del templo y justo encima del altar plasma el vínculo entre la oferta “espiritual” de FAV y la prosperidad material.

La arquitectura del espacio escénico análoga a la de un estadio confirma tal relación. Los estadios están diseñados para las masas y se relacionan tradicionalmente con el progreso de las grandes ciudades impulsado por el capitalismo estadounidense. La forma estructural de este espacio refuerza esa esperanza de progreso material que predica el discurso de la entidad.

4.3 La vestimenta del orador

No es casualidad que las túnicas del reverendo sean similares a aquellas que llevan los sumos pontífices de la iglesia católica. El catolicismo ha sido la religión más poderosa de las sociedades de América Latina desde la colonización colombina. Representa autoridad, y sus tradiciones, como el Viernes Santo, por ejemplo, aún gozan de mucho respeto entre la población. El uso de estas túnicas durante el sermón remite en términos cognoscitivos a esa idea de seriedad y de espiritualidad asociada a los sacerdotes. El público generalmente conoce la educación teológica

formal, los votos de pobreza y los procedimientos para la formación espiritual a los que son sometidos los sacerdotes de la iglesia católica. Estos elementos son transferidos al reverendo a través de la vestimenta. Con su uso pretende igualar su imagen espiritual a la de los sacerdotes católicos para tomar ventaja del poder y la espiritualidad que simbolizan.

4.4 La secuencia de eventos previos al evento comunicativo principal: el sermón o discurso

La secuencia que siguen los eventos posee un objetivo: persuadir a los miembros de la congregación de ofrendar y diezmar. El sermón es precedido por un espectáculo de música cristiana. La música puede ser salsa, merengue, balada, “pop rock” y, de acuerdo a la época, villancicos y plenas. Posteriormente, los feligreses suben al altar a presentar sus ofrendas y detallan la razón por el que le prometieron a Dios ofrendar a FAV. El reverendo va felicitándolos, agradeciendo a Dios y recogiendo los sobres.

De acuerdo con la teoría del ACD, esta presentación de ofrendas y sus testimonios manifiestan la “hegemonía” que se da sobre la membresía de FAV. Según Gramsci (1971) y Hall (1977), el dominado acepta y apoya ese dominio, como lo manifiesta esta acción de ofrendar. De hecho, aparte de la asistencia voluntaria, esta es una de las acciones que demuestra la efectividad que tiene el discurso de FAV.

Luego de las ofrendas comienza el evento principal: el discurso del reverendo Font. En el transcurso hay música y cortos períodos de dinámicas grupales. El reverendo siempre termina el discurso recalando la importancia del diezmo y las ofrendas. Al terminar grita, “¡de pie!” y pide a los feligreses que levanten las manos enseñando los sobres de las ofrendas. Simultáneamente, se encienden las luces del escenario y la banda toca alegres acordes. Acto seguido, ora pidiendo la multiplicación de esa ofrenda (siguiendo la teología de prosperidad) y, por último, los ujieres pasan gigantescos envases entre el público para recoger los sobres. De inmediato, el reverendo abandona el templo. Hay ocasiones en que pide “ofrendas especiales”, pero estas son llevadas a él en determinado momento durante el discurso, y se consideran aparte de las usuales ofrendas y de los diezmos.

Siempre se combina el acto de ofrendar con la música. En el aspecto cognoscitivo es un intento de relacionarlo al festejo y a sentimientos de júbilo. Además, presentar los testimonios de los que ofrendan refuerza los elementos medulares de su propio discurso: la importancia y la efectividad de ofrendar y diezmar. Puesto que son los propios feligreses los que se expresan, los testimonios refuerzan la veracidad del discurso.

Por último, finalizar con música al momento de pedir las ofrendas reafirma la intención de vincular este acto con un sentimiento que produce gozo. Asimismo, la inclusión de la música y los juegos de las luces, en el momento de pedir y dar las ofrendas, sirve para desviar la atención y atenuar la realidad financiera de la situación.

4.5 La dinámica de interacción

La dinámica de interacción se propone despertar el sentido de pertenencia social del sujeto. Al inicio del sermón, el reverendo pide a los feligreses que busquen cinco personas que no sean sus acompañantes para que los abracen y les digan: “¡Qué bueno que estás aquí!” En otras ocasiones, pide que se levanten, den su mano al que está al lado y le digan: “Dios te trajo aquí por alguna razón en esta mañana.”

Otras veces toma fragmentos de los pasajes bíblicos para crear un ambiente de broma y armar dinámicas grupales. Por ejemplo, cita una frase de la Biblia que dice “cabeza de asno”, y luego ordena: “Mira al que está a tu lado y dile ¡cabeza de asno!” (Font, 12 de octubre de 2003). Este tipo de repetición parece estar exenta de sentido y ridiculiza, hasta cierto punto, la Biblia. Sin embargo, crea un ambiente jocoso durante el sermón y mantiene activa la atención del público.

Se exponen primeramente citas del discurso y luego su análisis. Con el objetivo de reproducir el discurso de la forma más similar posible la transcripción de las citas contiene interpretaciones fonéticas. Toda vez que el reverendo emite aspiraciones vocálicas, lateralizaciones, elisiones y alargamientos se indica en la transcripción. De este modo, las aspiraciones de las “s”, (como en “estoy”) quedan representadas por la “h” (“ehtoy”). Las lateralizaciones de la “r” (como en “amor”) se representan con la emisión real, la “l” (“amol”). Los alargamientos se marcan mediante la inscripción de la consonante tres veces seguidas, como en “Assspen”, y las elisiones según sea el caso, como por ejemplo “‘tá” en lugar de “está” o “sentao” en vez de “sentado”.

5. Estrategias Persuasivas

Estrategia I: auto creación de imagen positiva del orador.

Cita:

(1) Recibí revelación de tu palabra. (Primera oración del discurso.)

Análisis

Respetando la naturaleza religiosa de este discurso realizamos un análisis semántico del término “revelación” en diccionarios teológicos. El concepto se define como “el anuncio de la acción misma de Dios, una manifestación de la voluntad divina, comunicada al pueblo por el profeta con la intención de poner ante los ojos de Israel las consecuencias de su conducta y llevarlo, en la medida de lo posible, por el camino de la obediencia”. Mostrando sinonimia con esta definición los diccionarios generales como el de la Real Academia y Maria Moliner también establecen que es “por antonomasia, el conjunto de conocimientos que Dios comunica a los hombres”. Evidentemente, el término expresa la cercanía de un ser humano con alguna divinidad. De este modo, cuando el orador afirma que recibió una “revelación” logra: (1) posicionarse ante su público como el elegido de Dios para manifestarle su palabra, (2) predisponer a los feligreses con la idea de que no es él quien habla sino que es Dios a través de él y (3) aplacar desde el comienzo cualquier signo de contradicción por parte del público, puesto que no sería ir en contra de él sino del mismo Dios. El uso del término “revelación” consigue dominar la congregación dado que activa los modelos mentales preconcebidos sobre la perfección de la palabra divina, hecho que proviene de la importancia que tienen las “sagradas escrituras” para la sociedad puertorriqueña. Con esto provoca no tan sólo la aceptación sino el aval del discurso.

Citas:

- Esta semana, eh un adventista se detuvo ahí. Yo estaba viendo, mirando la torre, y el vino y me saludó.

- Me abrazó y me dijo: “Yo soy adventista. Soy un admirador profundo suyo. Yo sé que lo que... usted lo que dice es verdad.”
- Ehh, yo le dije: ¿a qué iglesia tu vas?
- Me dijo: “Soy adventista, todavía sigo allá con los adventistas”.
- (Pastor) No, no, no. No hay problema, no hay problema. Dios perdona eso también.
- (Público) Risas.

Estrategia II: integración del público al discurso

Análisis

A través del discurso el orador ejerce su poder ordenando a los feligreses a repetir pasajes bíblicos o cláusulas independientes, y ocasionalmente, pidiéndole ayuda para solucionar problemas personales. El análisis morfológico evidencia el uso de flexiones verbales correspondientes al modo verbal imperativo.

Citas:

- Ayúdenme a orar a ver si...si por fin el señor me ayuda. (Pide ayuda para encontrarle marido a su hija.)
- Todo el mundo lea ese verso 8.
- (El público repite a coro: “Bienaventurados los de limpio corazón porque ellos verán a Dios”.)
- Ehhh estas bienaventuranza como todas las demás fueron dadah por el señor como acciones prácticah.
- Diga: “Acciones prácticas”. (El público repite).

En el aspecto semántico, la repetición no representa ninguna aportación al tema del discurso. Su única función es: (1) crear unificación grupal, (2)

sentido de consenso y (3) cercanía psicológica con el orador. Con esta dinámica se instaura un aval ilusorio del sermón por parte de la congregación. Catalogamos como “ilusorio” este aval porque en realidad no se permite el uso público del micrófono durante el sermón, y, por tanto, los fieles no tienen ningún acceso para debatir directamente con el orador. Sin embargo, mediante el modo imperativo y una activa dinámica de integración grupal, se le ordena que lo repita. Esta acción legitima la condición de dominio que mencionan Herman y Chomsky (1988), puesto que impone soslayadamente el discurso. En cuanto al aspecto cognoscitivo, considérese que mediante la repetición el orador consigue que: (1) El público se sienta como parte activa del discurso y (2) que tanto los espectadores televisivos como los oyentes observen y escuchen la repetición de los fragmentos del discurso, y crean en ese aparente aval masivo.

Citas:

- La mente es un territorio inmensamente grande. La mente es un territorio vasto.
- Ponga su dedo así (señala con el dedo índice hacia su sien.), aquí en la mente.
- Diga: mi mente
- (El público repite a coro.) Mi mente
- (Pastor) es un territorio
- (El público repite a coro.) es un territorio
- (Pastor) que tengo
- (El público repite a coro.) que tengo
- (Pastor) que conquistar
- (El público repite a coro.) que conquistar

- (Pastor) para Dios
- (El público repite a coro.) para Dios
- Amén.
- La mente es un territorio inmensamente grande y nosotros tenemos que tener la...los pensamientos correctos, las ideas correctas, la palabra correcta. Eh..., el entendimiento y los pensamientos correctos para controlarlos. Porque sino, la mente te va a controlar a ti. Si tu no controlas la mente, la mente te va a controlar a ti. Así que tenemos que tener los fundamentos correctos.

Estrategia III: manipulación de textos bíblicos

Esta estrategia se caracteriza principalmente por la inserción de pasajes bíblicos en conjunto con las interpretaciones personales del orador. Véanse las citas.

Citas:

- Usted es un hijo de Dios, usted es un príncipe, usted es un heredero del reino de los cielos y usted tiene que vivir como enseña la palabra! (Gritos de júbilo entre el público: ¡Gloria a Dios!) Jesús no estaba hablando a estilo Hollywood: (cambia el tono de voz a uno solemne) “bienaventurados”. Usted ve las películas esah de Hollywood (tono de voz solemne) “hmm...los de limpio corazón”.
- A Jesús no lo maquillaron. Cuando él se sentó en el monte él no andaba con un grupo de... maquillándolo. (Gesticula) Pintéenme aquí.
- Jesús subió al monte (con énfasis). Hacía calor, sudor.
- Ahora, así era Jesús. Subió al monte y aunque tenía una buena

bata y una buena ropa, se sentó a enseñar a la gente. Le dijo le voy a enseñar a ustedes a prosperar, a cambiar las circunstancias. ¡No lo maquillaron! ¡No le probaron el audio! ¡Lo que dijo lo dijo como lo dijo!

- ¡No comenzó a hablar en cámara lenta!

Análisis

Por medio del análisis del estilo léxico, se puede comprobar que las interpretaciones tratan de ilustrar y justificar el aval del bienestar material con las “sagradas escrituras”. Se encuentran frases como “Jesús... tenía una buena bata y una buena ropa,” aun cuando en la Biblia no existen descripciones sobre la calidad de la vestimenta que llevaba Jesús.

Además de la inserción también se omiten pasajes bíblicos. En el siguiente ejemplo el análisis semántico revela que el fragmento omitido por el reverendo en realidad contradice su propio mensaje. El orador cita el capítulo 12 del Evangelio según San Lucas desde el versículo 22 al 34 (casi en su totalidad). No obstante, en el versículo 33 omite un fragmento. Veamos la cita del discurso:

Cita:

- Ahora, mire lo que dice el verso 33: “Vended lo que poseéis y dad limosna”.

Análisis

Al confrontar en el Nuevo Testamento el verso 33 en su totalidad dice: “Vended lo que poseéis, y dad limosna; haceos bolsas que no se envejecan, tesoro en los cielos que no se agote, donde ladrón no llega, ni polilla destruye.”(Se identifica en bastardilla el fragmento que el reverendo Font omite). Nótese a continuación cómo el orador inserta su propia interpretación y ajusta el término “vender” a la teoría de prosperidad, y, simultáneamente, lo utiliza para mercadear su producto *Super Food*. Identificamos exactamente dos conceptos añadidos: “hacer

negocio” y “vender *Super Food*” con los que se distorsiona la semántica del versículo 33, capítulo 12 del Evangelio de San Lucas. (Se retoma.)

Citas:

- Ahora, mire lo que dice el verso 33: “Vended lo que poseéis y dad limosna”.
- Hay mucha gente que no han entendido lo que Jesucristo quiso decir. Hay gente que creen que Cristo estaba diciendo “no tengan nada, suéltelo todo, déjenlo todo, sean pobrecitos”.
- No, Jesús dijo:
- “Vended, hagan negocio y den. Esa es la clave del reino.”
- “Vended y dad.”
- “Vendan *Super Food* y den los diezmos.”

Análisis

Las interpretaciones de las enciclopedias bíblicas coinciden en que en estos versículos de San Lucas el término “vender” se aleja de toda idea materialista. Contrariamente, se concibe como una exhortación a los discípulos a desvincularse de los bienes materiales que se poseen en la tierra para compartirlos con los más necesitados. Según se explica, realizar este tipo de acción será reflejo de la conciencia que se tiene sobre la dimensión espiritual de la vida. Precisamente, el fragmento omitido propone, según los teólogos, que la importancia de las cosas materiales quedará relegada y se dará valor a aquellos aspectos de la vida que son imperecederos; es decir, aquellos que no se degeneren, se dañen, se extingan o puedan ser robadas (“...haceos bolsas que no se envejezcan, tesoro en los cielos que no se agote, donde ladrón no llega, ni polilla destruye”), entiéndanse, los sentimientos y los valores morales de cada ser humano. Sin embargo, este verso se utiliza durante todo el discurso (como demostramos a continuación) para reforzar el concepto de la venta

como medio de prosperidad financiera, que, además, hasta recomienda el mismo Dios, según Font. Véanse estas últimas citas:

Citas:

- Jesús dijo: “Vended”
- ¡Vended, vended!
- Ese es el verdadero evangelio.
- ¿Saben quién es el vendedor más grande del mundo? ¿Verdad? ¿Quién terminó siendo? ¡Pablo! ¡Pablo! ¡Los manuscritos le cayeron en las manos a Pablo y Pablo tuvo que vender el evangelio al mundo!

Citas:

- “Bienaventurados los de limpio corazón.” Oye, pueblo de Dios: abre tus ojos y entiende. Jesús les habló de ser buenos administradores, pero al siervo que escondió el talento ¿qué le dijo? “Siervo malo” y negligente.
- ¿Alguien recuerda?
- Le dijo negligente. Tu eres un vagoneta. Tu eres un negligente. Tu no quieres trabajar. Tu no quieres echar para adelante. Te pongo en tus manos el trabajo y no lo quieres hacer.
- ¿Cuánta gente tiene oportunidades todos los días?
- Oportunidades todos los días, pero no hacen nada. Dios quiere darte lo mejor de esta tierra, pero tienes que hacer algo. Tienes que decidirte. Tienes que emprenderlo.
- De hecho, dicen los grandes economistas que el ser humano,

común y corriente, le llegan tres...dos o tres oportunidades en la vida de volverse millonario. Qué poquito, ¿verdad?

Estrategia IV: justificación de argumentos utilizando la Biblia

En primer lugar, obsérvese el texto.

Citas:

- Entonces, después me... la gente se molesta conmigo porque yo soy como yo soy. Mire el jueves yo dije que me monté en ese lifter y había tanto, y tanto frío, que se me congelaron lah nalgas. La Biblia habla de nalgas así que yo no dije nada malo. La palabra nalgas aparece en la Biblia. Entonces, yo dije que la línea del medio se me borró de tanto frío que yo tenía. Realmente yo me sentía como que era una sola nalga la que yo tenía, yo bajé de allí con una sola nalga. ¡Yo soy así!
- Gritos de júbilo y aplausos del público.

Análisis

La crítica por emitir un comentario de esta índole como parte del sermón religioso se justifica con la Biblia. No obstante, se realizó una búsqueda exhaustiva que incluyó enciclopedias temáticas, lecturas directas de los libros de Eclesiastés y el Cantar de los Cantares y búsqueda en Biblias electrónicas de todos los libros. Se encontró el término “nalgas” en el versículo 4 del décimo capítulo perteneciente al segundo libro de Samuel. A partir de este hecho, pudimos comprobar que el reverendo justifica su comentario mediante el argumento de la mención del término en la Biblia. Al margen de este argumento, es necesario hacer constar que el hecho de contar esta chistosa situación le permite al reverendo ganarse estratégicamente la simpatía del público.

6. Estructuras lingüísticas

Como parte del análisis de las estructuras lingüísticas hemos incluido un análisis semántico, morfológico y fonológico.

6.1 Análisis semántico

Estilo léxico: uso de lenguaje coloquial

El análisis semántico del estilo léxico demuestra el uso del lenguaje popular. En el aspecto cognoscitivo la utilización de esta clase de lenguaje permite el acercamiento a otros estratos sociales de la población y brinda un tono de familiaridad al discurso.

Citas:

- Mire, el jueves yo dije que me monté en ese lifter y había tanto y tanto frío que se me congelaron lah nalgas.
- Ora tú por la gente. No vayah al hospital y veah a la persona y digas ¡Ea! ¡Rayos! ¡Ehtá treh a doh a favor del hoyo, ehte se muere ya mihmo!
- Pero con una cara amargada, frustrada, quejosa, llena de chismeh, de bochinche...
- Claro, en lo natural usted me ven embollao con el Super Food ...
- Se paró aquí y dijo: “Papi dijo que lo ofreciera y que seih personah se unieran conmigo”. “¿Cuántos se van a unir?” Pegaron a levantar la mano...

Análisis

La cotidianidad se logra al usar frases que aluden a situaciones de la vida popular como el uso de la forma diminutiva al nombrar, o expresiones de índole sexual. La mención de una parte erótica del cuerpo, como lo son las “nalgas”, especialmente en un contexto cultural latino, demuestra la

espontaneidad del orador aun en el altar del templo y le resta seriedad al discurso. Por otro lado, expresiones como “¡Ea! ¡Rayos!”, “me ven embollao”, “chismeh” y “bochinche” también presentan al orador como un sujeto que reconoce y acepta las realidades de las masas populares. En Puerto Rico “embollao” hace referencia al estado físico adquirido después de hacer uso de estupefacientes o alucinógenos, de manera que se muestra como un pastor capaz de comprender hasta este tipo de situaciones. Del mismo modo, usar el apócope “chacho” en lugar de “muchacho” también provee un tono bastante informal al discurso y presenta al orador como un “hijo de cualquier vecino”.

Por último, véase “pegaron a levantar...”. La Real Academia Española especifica que en Puerto Rico y en Panamá el verbo “pegar” significa “empezar a hacer algo de repente y con fuerza”. En contraste con “comenzar”, este término conlleva informalidad. El uso de estos términos genera informalidad global en el discurso. Con esta informalidad se aleja y, hasta cierto punto, crea una yuxtaposición con respecto a los discursos religiosos formales. Sin embargo, aun más relevante es la unión que tal informalidad discursiva provoca con aquellos sectores de las clases populares y el acceso que brinda a la entidad.

Citas:

- Yo pruebo el corazón. Diga: Dios prueba el corazón. ¿Porqué Dios lo prueba? Para dar a cada uno según su camino, según el fruto de sus obras. Anoche cuando yo fui a ese hogar, y yo vi toda esa familia, metió allí que parecían como jueyes que hervían en un jacuzzi de esos que hierve.
- Muchas personas en el trabajo cobran el viernes. Reciben \$1,000. “Voy a sacar \$100 son los diezmos y \$25 ó \$50 los voy a dar en ofrenda. El domingo los voy a dar. ¡Gloria a Dios! Gracias. “El domingo se los presento a Dios”. Mire, entre el viernes y el domingo se mete el diablo y los cuarenta ladrones. (Público: Risas.) Te aparece la suegra a la casa pidiéndote chavos para algo que necesita... Y el domingo tu que ibas a dar \$150... el domingo: “Señor fíame esta que yo, yo, yo... el viernes yo quería hacerlo”.

- Cuándo se ganan ya \$100,000 inmediatamente ya llaman a la iglesia: “¿Hay que diezmar del bruto³ o del neto⁴?” (con picardía)
- Bruto del bruto. (Público: Risas)

6.2 Análisis Fonológico

Dada la inherencia que tienen las elisiones, las transformaciones y las exageraciones fonológicas en el significado del discurso y en el aspecto cognoscitivo, es necesario incluir a grandes rasgos un análisis fonológico. El pastor no se esfuerza por emitir la pronunciación propia de un sermón religioso formal. De hecho, se eliden gran parte de las sílabas finales de una gran cantidad de términos. Todos estos cambios provocan la transformación del registro formal a uno informal. Véanse las citas.

Citas

- Hah ido tú a un restorán y cuando el mozo viene y te dice chacho tengo mira... tengo un bacalao, un abadejo...chacho qué eso está...
- Yo subí a 14,000 pies de altura en Assspen. Yo vi a Dios allí arriba y lo vi muchas veces.
- ...para mantener ese corazón limpio cuando tú rrrrecibes la bendición tú sacah una parte sustancial y diceh: Señor eso no eh mío eso eh tuyo.
- ¿Porqué dar? Porque donde esté tu tessoro allí ehtará tu corazón.

Análisis

De esta forma, dice “embollao” en lugar de “embollado”, “pescozá” en vez de “pescozada”, “pérate” por “espérate”, “sentao” en vez de “sentado”, “enviudao” en lugar de “enviudado”, “pá” en vez de “para” y

“toa” y “tó” para “toda” y “todo”. Hay que resaltar que de igual forma se hace con el pronombre “usté” y “uhte” en lugar de “usted” en casi todas las ocasiones. Esporádicamente, se enfatizan algunas consonantes que pueden interpretarse como meras técnicas de dinamismo discursivo o intentos por destacar alguna información como en “Assspen” y “rrrecibes”. También hemos encontrado que tiene lugar el proceso de lateralización, en el que se sustituye la “r” por “l”, como es el caso “cualto” por cuarto (adjetivo numérico) y “amol”. Por último, el rasgo más frecuente ha sido la aspiración de la “s”, característica del español puertorriqueño, en posición medial y final de las palabras. Así pronuncia “dólareh”, “diehmo” y “ofrendah” (donde la “h” supone una aspiración similar al sonido de la “j” según nuestra transcripción).

6.3 Análisis morfológico: uso innecesario de pronombres

Análisis

Puesto que la morfología del idioma español permite la exención de los pronombres personales al realizar las conjugaciones verbales el uso de los mismos resulta innecesario. Sin embargo, no habría que arriesgarse a argumentar que en este discurso no tienen función alguna. Morfológicamente son redundantes mas fonológicamente cumplen con un objetivo: crear intimidad entre el orador y su público. La impersonalidad es una barrera que el orador tiene que traspasar para poder persuadir efectivamente. El tono enfático de la pronunciación en conjunto con el uso del pronombre “tú” logra individualizar el discurso. Considérese que en el templo el reverendo Font se encuentra a más de 15 pies de distancia (de la primera fila) y dicta el discurso a través de un micrófono en un templo que posee las características arquitectónicas de un estadio. No obstante, en la gran mayoría de las oraciones se destacan los pronombres de manera que la congregación, el oyente o el televidente aparentan ser abordados personalmente. De esta forma, en lugar de sentirse como una parte adicional de la masa de 13.000 personas que componen el público tienen la sensación de ser atendidos personalmente. En el apartado del análisis etnográfico veremos cómo esta estructura lingüística se suma al lenguaje no verbal para lograr que el individuo se sienta cómo tratado personalmente y en un ambiente familiar.

Cita:

- No. Véndete. Tú eres un ser humano creado a la imagen y semejanza de Dios. ¡Cuando vayah a buscar un trabajo entra por ahí mira, mira con tu frente en alto! ¡Pisa la tierra con autoridad! ¡Tú eres un hijo de Dios! ¡Tú ereh un príncipe! ¡Tú eres una princesa!

Cita:

- Esa es la forma en que tu buscas el Reino de los Cielos. Tu vendes, tu haces negocios y tu das. Tu vendes, tu haces negocios y tu das, y la bendición de Dios continúa creciendo en ti.

Cita:

- Y yo tengo que ser honesto, pero yo me voy a asegurar que cuando yo me pare aquí el mensaje que tu recibas sea el mejor mensaje de parte de Dios para tu vida.

6.4 Aspecto: uso de verbos en el modo imperativo con la conjugación correspondiente al pronombre “vosotros” del español peninsular

Análisis

La conjugación verbal del español peninsular se caracteriza por utilizar el pronombre de segunda persona plural familiar, “vosotros”, en lugar de “ustedes”, (el formal). Como rasgo morfológico los sufijos en el verbo identifican la conjugación perteneciente al pronombre “vosotros”: “-ais”, “-eis”, “-is”. Esta desinencia verbal también es propia de la traducción española de la Biblia utilizada en este sermón, la versión Reina Valera. En el proceso de inserción de los pasajes o frases bíblicas dentro del discurso del orador este rasgo morfológico delata su desubicación discursiva. El contraste de las conjugaciones verbales del español peninsular y el español americano usadas simultáneamente demuestra la apropiación de los pasajes bíblicos y su implantación dentro del discurso personal del reverendo. Incluso, puede demostrarse su uso errado al

expresar cláusulas con ambas conjugaciones, la familiar y la formal. Véase, por ejemplo:

(Vosotros) “Vended”, “vended” (Lucas 12, versículo 33) (Tú) lo que poseas.

Nótese el uso del español peninsular en la formación del imperativo para “vosotros” de “vended”, obviamente en alusión al pasaje de Lucas 12 versículo 33. Paralelamente, se realiza la conjugación del próximo verbo con la desinencia morfológica correspondiente a la segunda persona singular tú.

De igual forma:

- (En tono de burla) ¡Ay! ¡Dios no suple! ¡Este año la cosa se va a poner peor! ¡Qué malo esta esto! (Vosotros) No os afanéis hablando cosas negativas, no estéis en ansiosa inquietud.
(Ustedes) Aprendan a usar la fe.

En este ejemplo es posible apreciar nuevamente el uso concurrente de ambas desinencias morfológicas y su correspondiente incoherencia con respecto al receptor del mensaje. No está claro si se trata a la congregación de “ustedes” o de “vosotros”. Sin embargo, tal incoherencia provee prestigio al orador. Ante la congregación se crea un paralelismo con aquellas palabras emitidas por Dios pero que ahora pertenecen al discurso personal del reverendo. La emulación de estas palabras, lograda mediante la conjugación verbal, efectivamente le posiciona como un ser divino que habla como habló Dios en la Biblia. Tal semejanza brinda total veracidad a su discurso.

7. Vínculos entre: los aspectos extralingüísticos y etnolingüísticos, las estructuras lingüísticas y las estrategias persuasivas

Después de la presentación del análisis individual de los diferentes aspectos puntualizamos el vínculo que existe entre todos ellos. Tal vínculo se debe a la naturaleza persuasiva del discurso en cuestión. Todas las acciones verbales y no verbales de este discurso tienen un solo objetivo: demostrar la legitimidad del discurso para obtener el aval del oyente y, consecuentemente, su aval económico que es el diezmo. De hecho, así lo demuestran las conclusiones de esta investigación. Por tanto, todos estos aspectos, es decir, los etnográficos, los extralingüísticos, las estructuras lingüísticas y las estrategias persuasivas, han sido creados por la entidad para apoyar su discurso verbal y cumplir con un mismo objetivo. Precisamente, para poder cumplir con ese objetivo se apoyan y se vinculan entre sí como un sólido conjunto. Estamos convencidos de que el vínculo que logran entre sí es un elemento crucial para la efectividad del discurso.

Este es un discurso dirigido a la emoción y no a la razón. Ello se debe a que hace eco de toda aquella felicidad que genera la abundancia material y parte de ideas generalmente aceptadas (como el materialismo) en el contexto sociocultural en que se desarrolla (Santiago Guervós, 2008). Sin embargo, aunque después de un análisis empírico es evidente que este discurso no presenta argumentos sólidos en su propuesta, también es cierto que es efectivo entre la población en que se difunde. Creemos que gran parte de esa efectividad se debe a la estratégica creación de todos estos aspectos que lo componen (música, vestimenta, discurso verbal, dinámica, espacio escénico, etc.) y los vínculos que guardan entre sí. Sobre todo, reiteramos que son trascendentales puesto que en conjunto consiguen solidificar la propuesta discursiva en su totalidad.

A continuación identificamos varios de estos. Sin embargo, aclaramos que algunas de las estrategias persuasivas o las estructuras lingüísticas funcionan de manera independiente.

7.1 Uso de la música, el registro informal y la dinámica de interacción como motivación para diezmar.

Identificamos la música, el registro informal y la dinámica de interacción utilizadas durante el evento como motivación para diezmar. Todas contribuyen a crear un ambiente relajado y apto para la estrategia de integración del público al discurso. Cuando el pastor realiza la integración se tocan acordes distintos o simplemente se elimina todo tipo de música.

De igual forma, el uso de música popular en tonos alegres y festivos proporciona un contexto adecuado para el uso del lenguaje coloquial y el registro informal que suele utilizar el reverendo. Como ya se ha mencionado previamente en el contexto latino la música suele ser muy importante. Además es una de las grandes diferencias de las iglesias protestantes con respecto a la iglesia católica. Los servicios católicos normalmente se ofrecen bajo un clima solemne ocasionalmente acompañados de alguna música suave a menudo de índole instrumental o clásica. En estos servicios la música es de ritmos fiesteros (salsa, merengue, bachata, rock y baladas). Aunque no se baila en parejas las personas pueden moverse, dar saltos y hacer algunos pasos de lado a lado en su área y por individual. Es justo en el momento de la ofrenda donde se toca la música de celebración porque hay que festejar el hecho de dar su dinero a la iglesia. Con la música se motiva al “dador alegre”, como le llama el orador, a dar de lo que tiene y no del sobrante. Del mismo modo, se insta a que aporte mayores cantidades puesto que de acuerdo a la ley de prosperidad de la “siembra” se recogerá la “cosecha” al ciento por uno.

Demostramos este uso del lenguaje coloquial y del registro informal en otro apartado mediante la presentación de las estructuras lingüísticas usadas en el discurso.

7.2 El uso de la túnica sacerdotal junto a: la inclusión de los pasajes bíblicos en su discurso, el uso del español peninsular, la manipulación de textos bíblicos, la autocreación de imagen positiva y la argumentación a base de los mismos.

En segundo lugar, identificamos el uso de la túnica sacerdotal junto a la inclusión de los pasajes bíblicos en su discurso y la argumentación a base de los mismos entre otros vínculos. Como hemos planteado previamente el uso de la túnica sacerdotal responde al acto de hacer acopio del poder y

de la sólida preparación académica vinculada a los sacerdotes de la iglesia católica. Recordemos que en este caso el pastor no tiene ningún tipo de preparación académica en el área de teología, mas se autodenomina apóstol. Asimismo, esta práctica ha sido instituida entre todos los líderes religiosos de todas las iglesias de esta denominación (con o sin preparación académica en teología). Es evidente el uso estratégico en el discurso dado que: (1) los pasajes se incluyen en el discurso personal y (2) hasta se utilizan las formas verbales del español peninsular, propio de los pasajes bíblicos, integrado a su discurso.

La vestimenta del pastor es uno de los aspectos más determinantes del evento en su totalidad. El reverendo Font utiliza una vestimenta similar a los clásicos atuendos de la figura del Papa católico y sus sacerdotes. Tal similitud es un gran acierto a nivel cognitivo puesto que toma el beneficio de todo lo que las figuras católicas aun significan en Latinoamérica. Sobre este aspecto en particular identificamos numerosos vínculos con varias estrategias persuasivas y estructuras lingüísticas del discurso. La vestimenta refuerza la estrategia persuasiva de “autocreación de imagen positiva” que hace el pastor. Tal refuerzo se debe a las nociones altruistas y benevolentes que aún se mantienen sobre las figuras sacerdotales en los países latinoamericanos. Otra estrategia que refuerza la vestimenta es la “manipulación de los textos bíblicos” que realiza el pastor durante el discurso. Esto resulta de la sólida preparación teológica que generalmente tienen los sacerdotes católicos y el conocimiento público de ese hecho. A nivel cognitivo se establece una estrecha analogía entre la idea general de la preparación teológica que poseen los sacerdotes católicos y la que debe tener entonces el pastor Font. Esa supuesta preparación le dota de una falsa autoridad para manipular los textos y lograr que sus oyentes no la cuestionen. Asimismo, la vestimenta también cede espacio para la “justificación estratégica de argumentos” sobre la prosperidad y otros temas a partir de los textos bíblicos, precisamente por la autoridad en materia teológica otorgada por los atuendos. Por último, el uso de tal vestimenta también apoya de forma contundente la estrategia de “creación de paralelismos entre el discurso divino y el discurso del reverendo” Font.

Las vestimentas apoyan esta estrategia puesto que la imagen que representan es la de una figura directamente asociada a un ente divino. Sobre esto hay que recordar que la religión católica es actualmente la religión más practicada en Latinoamérica y aunque el número de participantes ha disminuido en los últimos siglos tanto las autoridades

gubernamentales como la población no católica respeta y reconoce las festividades y los reglamentos establecidos.

El uso de tal vestuario también incide en el uso de una estructura lingüística muy particular. Nos referimos al “uso de verbos en el modo imperativo con la conjugación correspondiente al pronombre vosotros del español peninsular”. Como demostramos previamente (en el apartado sobre este tema), el pastor hace uso correcto e incorrecto de este modo y lo integra a su discurso personal aun cuando en la variante del español puertorriqueño no se utiliza. Además, cabe señalar que a nivel cognitivo es un elemento muy importante puesto que este uso del español peninsular predominaba en los sermones católicos hasta hace solo unas décadas. La razón para ello es que la mayoría de los sacerdotes católicos en Puerto Rico eran españoles, por lo cual emitían sus discursos utilizando la variante del español peninsular y no la puertorriqueña. De este modo, el uso de las vestimentas refuerza (1) la legitimidad del uso del español peninsular en el discurso personal del pastor Font y (2) la posición de autoridad que ello representa en el contexto sociocultural puertorriqueño.

7.3 Espacio escénico junto a la motivación de autoayuda para lograr prosperidad material

En último lugar, hacemos referencia al espacio escénico junto a la motivación de autoayuda para lograr prosperidad material. Previamente en este artículo se describe el espacio escénico. En esta combinación resaltamos principalmente la existencia de la corona de la Estatua de la Libertad como imagen importante del mensaje exhibido en tal espacio. El sueño americano y el progreso que esta representa sirven como refuerzo al mensaje de motivación principalmente progresista. Es menester señalar que, del discurso en general, el mensaje de motivación constituye una parte significativa de los sermones religiosos de la entidad. La similitud de este espacio a la de un estadio ciudadano confirma la relación con el capitalismo y, por tanto, la teoría de prosperidad que predica el pastor en su discurso. Los estadios generalmente se asocian con las masas, el progreso de las grandes ciudades y el poder económico. La forma estructural de este espacio representa la materialización misma de esa teoría de la prosperidad en el Ministerio. Con ello comprueba la posibilidad de progreso material que subyace en el discurso de la entidad.

8. Conclusiones

En este capítulo exponemos las conclusiones de los distintos análisis realizados en la investigación. Igualmente, explicamos las implicaciones éticas y sociales de estos hallazgos, las limitaciones confrontadas y las posibles investigaciones futuras sobre el tema.

Inicialmente, el argumento fundamental de esta investigación es la función medular que ha tenido el discurso en el exagerado crecimiento de FAV. Planteamos que el mismo constituye la pieza principal en el proceso de persuasión del público. Con el propósito de evidenciar cómo ese discurso manipula las propiedades del texto y del habla para controlar el sistema mental de los receptores, se realizaron distintos tipos de análisis. Se hizo un análisis crítico de las estructuras lingüísticas y las estrategias persuasivas. Para ello se confrontaron numerosas fuentes teológicas y se explicó la importancia de las estructuras lingüísticas en la interpretación del discurso. Luego, se identificaron los diferentes roles que asume el orador a través de todo el discurso y, posteriormente, se estudiaron los aspectos etnográficos y extralingüísticos. A raíz de esos análisis también fue posible identificar cómo se combinan las distintas estrategias persuasivas junto a las estructuras lingüísticas y a elementos importantes de la cultura puertorriqueña para reforzar la efectividad discursiva.

Los resultados comprobaron la existencia de tres aspectos: en primer lugar, el uso de las “sagradas escrituras” como base y referencia de sus planteamientos. En segundo lugar, la combinación de elementos culturales, contextuales y lingüísticos para acceder efectivamente las bases ideológicas de los puertorriqueños y cumplir su objetivo. En tercer lugar, la emisión controlada y masiva del discurso.

Las “sagradas escrituras” disfrazan el objetivo real del discurso. La combinación de los elementos lingüísticos, culturales y contextuales se consagra para reforzar su propósito: vender los productos y mantener activa la masa de feligreses en la venta de los mismos.

Incluso en sus diferentes roles Font:

1. Como maestro enseña a vender.
2. Como doctor recomienda el producto por su efectividad.
3. Como psicólogo enfatiza la venta porque hay que ser productivo en la vida.

4. Como asesor de ventas brinda consejos para atraer clientes y dar publicidad al producto.

La emisión controlada, por su parte, parece insignificante pero constituye una manifestación explícita del poder de FAV. Los argumentos teológicos errados, las burlas sin fundamento, las explicaciones semánticas incoherentes y los desaires teológicos inconexos, y en ocasiones ridículos, no pueden ser cuestionados formalmente. Los feligreses no tienen acceso al debate ni pueden observar un contraste sensato de ideas. Esta restricción demuestra, como ha señalado van Dijk (1993), la correlación directa entre el poder de acceso al público y el abuso de poder a través del discurso. Por consiguiente, concluimos que en el discurso de FAV se abusa del poder mediante la emisión masiva de un discurso vetado al público.

Como último detalle añadiremos que se encontró una frecuente activación de actitudes productivas en la audiencia. Originalmente, este hallazgo no se proyectó en las hipótesis. A partir del mismo concluimos que la insistencia en activar y mantener esa producción demuestra que en realidad los feligreses constituyen una masa obrera para FAV.

Todos estos hallazgos ponen de manifiesto tres serias fallas éticas en que incurre la entidad:

1. Se pretende argumentar que el discurso divino sobrepone la importancia de los bienes materiales a la importancia del desarrollo moral, cuando a través de la historia se ha comprobado todo lo contrario. Para ello recurre incluso a la burla y a la falsa argumentación.
2. Se enmarca el discurso en un contexto religioso, sin embargo, la promoción del desarrollo espiritual escasea en el discurso. En realidad se concentra en la venta de los productos y en activar el deseo material y la producción.
3. Usa los feligreses como la masa obrera y fuerza de riqueza de los grupos piramidales que promueve la entidad. Manipula los textos bíblicos para lograr su sumisión.

Desde el punto de vista teológico, la argumentación de este discurso constituye un agravio a las autoridades teológicas académicas, especialmente a aquellos que comprueban las explicaciones con datos

lingüísticos del griego, el hebreo, el latín, y hacen referencia a los aspectos sociológicos y políticos de la época cristiana.

Ante tales agravios es necesaria una actitud analítica por parte de los feligreses en lugar de una actitud automática. Es necesario consultar fuentes académicas para evitar ser una víctima de los grandes intereses financieros que existen detrás de este tipo de “discursos religiosos” de modo que se pueda entender qué decía Jesús cuando dijo: “Hay que vender”(Lucas 12:32).

En futuras investigaciones sería posible examinar de forma más específica los roles que asume el pastor, las influencias del *New Age* (movimiento espiritual estadounidense que resalta la prioridad del “yo” ante todo) en su discurso o las transformaciones semánticas que realiza a través del énfasis fonológico. También se pueden considerar las burlas a las otras denominaciones religiosas o las propias interpretaciones teológicas (erradas) que presenta a sus feligreses. Por otro lado, desde el punto de vista de las ciencias sociales podría investigarse su ardua defensa del sistema capitalista a partir de la teología de la prosperidad.

Finalmente, debe constar que la mayor limitación que confrontó esta investigación fue la verificación de datos sobre la entidad con otras fuentes oficiales. La información sobre la cantidad de participantes, el alcance vía satélite y la audiencia que tiene su canal solamente aparece en la página cibernética de FAV.

Para concluir, la utilización del modelo de van Dijk para el análisis crítico del discurso, junto a su texto *Ideology* (1998), donde desarrolla de forma magistral la construcción y perpetuación de sistemas de creencias, resultó ser la combinación perfecta para lograr sacar a relucir el trabajo minucioso de persuasión escondido dentro del discurso de FAV. La metáfora extendida relacionada con la venta de productos y de creencias de prosperidad material pudo ser evidenciada través del análisis cuidadoso del discurso.

Notas

¹ FAV es una entidad religiosa protestante que actualmente transmite sus programas religiosos a 28 países vía satélite a través de su propio canal de televisión y ha tenido un gran crecimiento en la última década.

² FAV is a protestant church with an international reach of 41 churches distributed among Puerto Rico (27), the United States (11), South America (2), and the Caribbean (1).

³ El salario bruto es la cantidad total sin las deducciones de impuestos u otros gastos.

⁴ El salario neto es la cantidad sobrante una vez realizadas todas las deducciones correspondientes.

Referencias

- Bowers, J. & Iwi, K.** (Julio, 1993). The Discursive Construction of Society. *Discourse and Society*, 4 (3), pp.357.
- Beaugrande, R.** (Abril, 2004) Critical Discourse Analysis from the Perspective of Ecologism. *Critical Discourse Studies*, 1 (1), pp.113-145
- Botterweck & Ringgren.** (1978). Revelación. En Diccionario Teológico el Antiguo Testamento I. (Vol. 1, pp. 1048-1054). Madrid. Ediciones Cristiandad.
- Drury, J. & Rae, J.** (Julio, 1993). Reification and Evidence in Rhetoric on Economic Recession: Some methods used in the UK press, final quarter 1990. *Discourse and Society*, 4 (3), pp.329.
- Fairclough, N.** (Abril, 1993). Critical discourse analysis and the marketization of public discourse: The universities. *Discourse and Society*, 4 (2), pp.133.
- Fairclough, N. & Wodak, R.** (Abril, 2004) Critical Discourse Analysis. *Critical Discourse Studies*, 1 (1), pp. 258.
- Farr, R.M. & Moscovici, S.** (1984). *Social representations*. Cambridge: Cambridge University Press. Gran Bretaña. *Ibid.* Van Dijk T. (Abril, 1993). Principles of discourse analysis. *Discourse and Society*, 4 (2), pp.249.
- Fiske, S.T. & Taylor, S.E.** (1991). *Social Cognition*. 2nda edición. Nueva York. Editorial Mc.Graw Hill. *Ibid.* Van Dijk T. (Abril, 1993). Principles of discourse analysis. *Discourse and Society*, 4 (2), pp.249.
- Frye, N.** (1982). *The great code: The bible and literature*. Nueva York Editorial Harcourt Brace Jovanovich. *Ibid.* Wuthnow, R. (1992). *Rediscovering the sacred perspectives on religion in contemporary society*. Recuperado el 16 de noviembre de 2003 de www.religion-online.com
- Fitzmuyer, J.** (Ed) *The Gospel according to Luke X-XIV* (Interpretaciones del Libro de Lucas). En The Anchor Bible. (Vol. 1 pp. 980-983). NY: Double Day Co.
- Font, R.** (Orador). (2003). *La importancia de valorar los sacrificios conforme a la voluntad de Dios* (casete de audio no.9). Carolina,

- P.R.: Iglesia Fuente de Agua Viva.
- _____ (2003). *La victoria y las bendiciones de la cruz* (casete de audio no. 12). Carolina, P.R.: Iglesia Fuente de Agua Viva.
- _____ (2003). *La victoria y las bendiciones de la cruz* (casete de audio no. 13). Carolina, P.R.: Iglesia Fuente de Agua Viva.
- _____ (2003). *La victoria y las bendiciones de la cruz* (casete de audio no. 15). Carolina, P.R.: Iglesia Fuente de Agua Viva.
- _____ (2003). *La victoria y las bendiciones de la cruz* (casete de audio no. 16). Carolina, P.R.: Iglesia Fuente de Agua Viva.
- _____ (2003). *La bienaventuranza de la prosperidad* (casete de audio no. 5). Carolina, P.R.: Iglesia Fuente de Agua Viva.
- _____ (2003). *La bienaventuranza de la prosperidad* (casete de audio no. 10). Carolina, P.R.: Iglesia Fuente de Agua Viva.
- _____ (2003). *La bienaventuranza de la prosperidad* (casete de audio no. 13). Carolina, P.R.: Iglesia Fuente de Agua Viva.
- _____ (2004). *La bienaventuranza de la prosperidad* (casete de audio no. 19). Carolina, P.R.: Iglesia Fuente de Agua Viva.
- _____ (2004). *La bienaventuranza de la prosperidad* (casete de audio no. 20). Carolina, P.R.: Iglesia Fuente de Agua Viva.
- _____ (2004). *La bienaventuranza de la prosperidad* (casete de audio no. 22). Carolina, P.R.: Iglesia Fuente de Agua Viva.
- _____ (2004). *La bienaventuranza de la prosperidad* (casete de audio no. 24). Carolina, P.R.: Iglesia Fuente de Agua Viva.
- _____ (2004). *La bienaventuranza de la prosperidad* (casete de audio no. 25). Carolina, P.R.: Iglesia Fuente de Agua Viva.
- _____ (2004). *Revelación de Dios para su pueblo a través de los Profetas* (casete de audio no. 69). Carolina, P.R.: Iglesia Fuente de Agua Viva.
- Gárrido, J.** (1991). *Elementos de análisis lingüístico*. Madrid. Editorial Fundamentos.
- Gramsci, A.** (1971). *Selections from the prison notebook*. Nueva York. Editorial International Publishers. *Ibid.* Van Dijk T.(1993). Principles of discourse analysis. *Discourse and Society*, 4 (3), pp.249.
- Guardiola, L.** (2000). *Font: apóstol o mercader*. (Serie televisiva.) San Juan, Puerto Rico: Telemundo WKAQ.
- Hall, S. Lumley, B. & Mc Lennan, G.** (1977). *Politics and Ideology:*

- Gramsci* Editorial Centre for Contemporary Cultural Studies pp.45-76. Londres. Hutchinson. *Ibid.* Van Dijk T.(1993). *Principles of discourse analysis. Discourse and Society*, 4 (3), pp.249.
- Herman, E.S. & Chomsky, N.** (1988). *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. Nueva York. Editorial Pantheon Books. *Ibid.* Van Dijk T.(1993). *Principles of discourse analysis. Discourse and Society*, 4 (3), pp. 249.
- Hernández, J.** (1996, 11 al 17 de octubre). Gobierno favorece secta evangélica. *Periódico Claridad*, pp.3.
- Hymes, D.** (1974). *Foundations in Sociolinguistics*. Filadelfia. Editorial Universidad de Pensylvania. Jones, D. (1998). The Bankruptcy of the Prosperity Gospel: An Exercise in Biblical and Theological Ethics. *Faith and Mission*, 16 (1), pp. 79-87.
- Johnson, L.** (1991). *Sacra Pagina Luke*. (Vol.1, pp. 201.203).Minnesota: Liturgical Press.
- Kress, G.** (1993). Against arbitrariness: The social production of the sign as a foundational issue in critical discourse analysis. *Discourse and Society*, 4 (3), pp.169.
- Laymon, C.** (1971). Libro de Lucas. En *The Interpreters Commentary on the Bible*. (Vol.1, pp. 258-261). Nashville: Abingdon Press.
- León-Dufour X.). (1990). Revelación. En *diccionario León-Dufour. Vocabulario de teología bíblica*. (Vol. 66, 784-793). Barcelona: Ediciones Herder.
- Negrón, I.** (2000, 19 de julio). Resentida Calderón con el reverendo Font. *Periódico El Nuevo Día*, pp.27.
- Penchi, L.** (2000, 23 de julio). Rechaza Guardiola el engaño a Font. *Periódico El Nuevo Día*, pp.20.
- Propp, V.** (1977). *Morfología del cuento*. Madrid. Editorial Fundamentos.
- Rodríguez, O.** (septiembre de 1997) Torre de Oración Mastercard sirve a la evangelización mundial. *Periódico Nueva Conciencia*, pp. 11.
- Rodríguez, C.** (2000, 16 de julio) Convoca Font a líderes políticos. *Periódico El Nuevo Día*, pp. 14.
- Salinas, M.** (2002). *Ya no hablan de Jesucristo: las sátiras del alto clero y las mentalidades religiosas en Chile a fines del siglo XIX*. Santiago de Chile. Ediciones Lom.

- Salinas, M.** (2002). *El que ríe último: Caricaturas y poesías en la prensa Humorística chilena del siglo XIX*. Centro de investigaciones Diego Barros Arenas. Santiago de Chile 2001. Editorial Universitaria.
- Saville-Troike, M.** (2003) *The Ethnography of Communication*. Massachusets. Blackwell.
- Silva, S.** (1981). *El pensamiento cristiano revolucionario en América Latina y el Caribe*. Salamanca. Ediciones Sígueme.
- Silva, S.** (1990). *La dimensión ideológica de la expresión religiosa de los marginados en la sociedad contemporánea: Hacia una metodología para su investigación en las Ciencias Sociales*. Conferencia presentada en El encuentro nacional de educación y modernidad en la Universidad Pedagógica en México.
- Sánchez, E.** (2003). *La retórica aristotélica*. Recuperado el 20 de septiembre de 2004 de la página cibernética de la Escuela de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Políticas, Universidad Nacional de Rosario en Argentina www.dialogica.com.ar/un
- Suleiman, S.** (1982). *Authoritarian fictions: The ideological novel as a literary genre*. Nueva York. Columbia University Press. Ibid.
- Wuthnow R.** (1992). *Rediscovering the sacred perspectives on religion in contemporary society*. Recuperado el 16 de noviembre de 2003 de www.religion-online.com
- Torres, B.** (2001, 11 de abril). Presentan querrela ante FCC contra reverendo Font. *Periódico El Nuevo Día*, pp.37.
- Torres, M.** (1990). *La relación de lo sagrado profano en la Iglesia Fuente de Agua Viva*. Monografía disponible en el Seminario Evangélico de Puerto Rico.
- Van Dijk, T. A.** (Abril,1993). *Principles of discourse analysis*. *Discourse and Society*, 4 (2), pp.249.
- _____ (1988). *The tamil panic in the press in news analysis: Case studies in international and national news in the press* pp.215-254. Hillsdale, New Jersey: Erlbaum. *Ibid.* Van Dijk, T.(Abril,1993). *Principles of discourse analysis*. *Discourse and Society*, 4 (2), pp.249.
- _____ (1998). *Ideology*. Editorial Sage. Londres.
- _____ (1980). *Estructuras y funciones del discurso*. Méjico. Editorial

SigloVeintiuno.

Vargas, P. (1998, 28 de febrero). La conciencia de hoy. *Periódico El Nuevo Día*, pp.102-103.

Wyer, R.S. & Srull, T.K. (1984). *Handbook of Social Cognition*. Nueva Jersey. Editorial Hillsdale. *Ibid.* Van Dijk, T. (Abril, 1993). Principles of discourse analysis. *Discourse and Society*, 4 (2), pp.249.

Wuthnow, R. (1992). Rediscovering the sacred perspectives on religion in contemporary society. Recuperado el 16 de noviembre de 2003 de www.religion-online.com

Nota biográfica



Doris Linda Borrero es doctoranda en el programa de Análisis del discurso en la Universidad de Salamanca. Posee un Maestría en Lexicografía Hispánica de la Real Academia Española en Madrid y una Maestría en Lingüística de la Universidad de Puerto Rico. Ha realizado otros estudios en psicolingüística, adquisición de segunda lengua, pragmática y gramática generativa en la Universidad de Dusseldorf, Alemania y en la Universidad Católica de Lublin en Polonia. Es licenciada en Lingüística y Locución en Inglés. Además, ha sido profesora de lingüística en el Programa Graduado de Lingüística y de inglés como L2 en el Departamento de Inglés de la Universidad de Puerto Rico y de español en *The Chinese University of Hong Kong*. Actualmente, coopera con el Proyecto ICE (International Corpus of English) y el *Vocabulario Panhispánico Manual* en Costa Rica. Ha realizado investigaciones en las áreas de análisis del discurso religioso y lexicografía, ambas enmarcadas en el ámbito puertorriqueño.