

Etnografía y discurso religioso protestante: análisis crítico del discurso del Ministerio Internacional Iglesia Fuente de Agua Viva en Puerto Rico

*Doris Borrero**
Universidad de Puerto Rico

Resumen

Esta investigación analiza las estructuras lingüísticas y las estrategias persuasivas utilizadas en un discurso religioso del Ministerio Internacional Iglesia Fuente de Agua Viva. El objetivo del análisis es identificar aquellos mecanismos que legitiman el discurso e influyen en el pensamiento y las acciones de la audiencia (van Dijk 1993). Para realizar la investigación se utilizó el marco teórico propuesto por van Dijk (1993) en su teoría sobre análisis crítico del discurso. Dicho marco conceptual plantea que el discurso no consiste solamente en la verbalización de un mensaje, sino que incluye aspectos cognitivos como la comprensión y el razonamiento. Esta teoría, además, establece que la eficacia y el poder del discurso se realizan a través del uso de algún baluarte social como lo es la religión, en el caso analizado. Las conclusiones de la investigación arrojan cuáles son aquellas condiciones lingüísticas y contextuales que respaldan la efectividad de dicho discurso religioso entre las personas.

Palabras clave: poder, discurso, análisis crítico, religión.

* Para correspondencia, dirigirse a: Doris Borrero Montalvo (dborrero@usal.es), Programa Graduado de Lingüística, Facultad de Humanidades, Universidad de Puerto Rico, San Juan, Puerto Rico, P. O. Box 22765, 00931-2765.

ETHNOGRAPHY AND PROTESTANT RELIGIOUS DISCOURSE: CRITICAL
DISCOURSE ANALYSIS OF MINISTERIO INTERNACIONAL IGLESIA FUENTE
DE AGUA VIVA IN PUERTO RICO

Abstract

This research is centred on the analysis of the linguistic structures and the persuasive strategies used in religious discourse by the Ministerio Internacional Iglesia Fuente de Agua Viva. Its objective is to identify those mechanisms that legitimate discourse and influence the thought and the actions of the audience (van Dijk 1993). The theoretical framework put forward by van Dijk (1993), in his theory about critical analysis of discourse, was used to carry out this research. This theoretical framework states that discourse is not merely the verbalization of a message, but it includes cognitive aspects such as understanding and reasoning. Besides, theory establishes that discourse efficacy and power are realized through the use of a social stronghold that in this case would be constituted by religion. The conclusions show which are those linguistic and contextual conditions that back the effectiveness of such religious discourse on the people.

Key words: power, discourse, critical analysis, religion.

Recibido: 15/03/08. Aceptado: 11/07/08.

1. INTRODUCCIÓN

En este artículo se presenta un análisis de las estructuras lingüísticas, las estrategias persuasivas y los elementos etnográficos usados en el discurso religioso del Ministerio Internacional Iglesia Fuente de Agua Viva (FAV¹). El propósito de estos análisis es identificar aquellos mecanismos que “legitiman el discurso e influyen en el pensamiento (e indirectamente en las acciones) de los asistentes” (van Dijk 1993). Los resultados han permitido identificar las condiciones lingüísticas y contextuales que hacen posible la efectividad de dicho discurso religioso.

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 que ha tenido un gran crecimiento en la última década.

El discurso religioso, al igual que cualquier otro discurso, ejerce, explícita o implícitamente, una influencia en la sociedad. Sin embargo, debido a que 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. Aunque, por tradición cultural la religión católica es estadísticamente la más practicada, recientemente se ha incrementado el número de grupos protestantes por todo el país. Específicamente, a partir del año 1933 en Puerto Rico hubo un continuo incremento en la población protestante, denominado por los teólogos locales como el “Avivamiento del ’33”. 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.

1.1 BREVE TRASFONDO

La congregación de la Iglesia Fuente de Agua Viva comenzó reuniéndose en el garaje del pastor Rodolfo Font en el año 1975. A solicitud de los participantes y por una experiencia mística del señor Font, comienzan formalmente los cultos. “Levántate, date prisa y no pierdas tiempo” en la voz audible de Dios proyectada por una luz que penetró el techo de la sala de los Font (Torres 1990, Font 2003) fue el discurso inicial que dio origen a esta iglesia. Actualmente, poseen 27 ministerios en Puerto Rico, once en Estados Unidos y tres repartidos entre el Caribe, Centroamérica y América del Sur (www.fuentedeaguaviva.org). Han construido un edificio llamado Torre de Oración a un costo de 40 millones de dólares y llegan a 28 países vía satélite. Poseen su propio canal de televisión y emisora de radio y publican un periódico mensual con más de 50.000 ejemplares. Solamente en el ministerio principal hay una matrícula aproximada de 13.000 creyentes.

1.1.1 *El Pabellón de la fe*

El Pabellón de la fe es el lugar donde se emitió el discurso que se analiza 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.

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*”, que son libros de la autoría de la familia Font. La gran mayoría, firmados por el “apóstol” Font, seguidos en número por los de 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. Repartidos 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.

1.1.2 *El salón del sermón religioso*

Separado pero interconectado por pasillos se encuentra el pabellón donde se lleva a cabo el sermón religioso. 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 en el interior, 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 y Wodak 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 también contiene 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 a otras 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 que 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, como ha señalado van Dijk (1993), que 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 socio-

cultural 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 que se consideran 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*). Es importante dilucidar la estructura convencional que enmarca el discurso (en este caso, sermón religioso) en la cultura en cuestión. Saville-Troike (2003) recomienda incluir un análisis etnosemántico que permita conocer cómo se cataloga la experiencia del evento en determinado contexto cultural. Para realizar este análisis, consideramos la definición de “sermón religioso” en la cultura puertorriqueña con el objetivo de examinar si el discurso de FAV se ajusta a esta definición.

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 ha utilizado el discurso titulado: “Las bienaventuranzas de la prosperidad”. Este sermón pertenece a la sección matutina (entre las 9 y 24 hrs.) y fue emitido el 18 de enero de 2004. 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”.

Identificamos un total de diez estrategias persuasivas utilizando la teoría del *ACD*. A continuación, se presenta su análisis.

4. ESTRATEGIAS PERSUASIVAS

Estrategia I: Autocreación de imagen positiva del orador.

Cita:

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 María 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 solo la aceptación sino el aval del discurso.

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 les ordena ciertas repeticiones. 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.

Estrategia III: Aparente populismo

El alto rango que proclama ostentar en el mundo y en Puerto Rico tiene como objetivo ratificar la relevancia de su discurso. El impacto de ese aparente populismo en el nivel cognoscitivo de sus seguidores es el supuesto apoyo y solidaridad que recibe su mensaje en el extranjero y en Puerto Rico, por consiguiente, también merece recibirlo de parte de ellos.

Citas:

- Óiganme bien, con sumo cuidado. Recuerde que ehtoh casetes y ehtoh mensajeh **llegan a muchah parteh del mundo.**
- Pero yo le garantizo una cosa, ¡hoy por hoy **el programa que más se ve en Puerto Rico, en toda la ihla es Jesucristo es el Señor!**
- Cuando tú dass para esa Torre el corazón tuyo ehtá en esa Torre. Cuando tú dah para la obra, y este año, hermano, **vamoh a entrar vía satélite al mundo entero.**

Análisis

Oficialmente, estas expresiones no tienen fundamento. La información sobre el alcance de sus programas a nivel mundial así como el *rating* del programa *Jesucristo es el Señor* no puede ser corroborada en fuentes oficiales. En Puerto Rico, la principal compañía dedicada a estos fines, *Mediafax*, no incluye el canal 58 de FAV en los análisis estadísticos sobre la congregación. Solamente la página cibernética de FAV afirma que llegan a 28 países vía satélite, y tampoco existe ninguna información sobre la venta de casetes en Puerto Rico o en otros países.

Estrategia IV: Burla y censura a los opositores

La burla y la censura a los opositores tienen como objetivo devaluar otras denominaciones o congregaciones religiosas y, por contraposición, enaltecer los valores de su entidad. El análisis fonológico permite confirmar cómo, a través del tono burlesco y satírico, así como de la lectura lenta y el énfasis en ciertos términos, se desvaloriza a los demás grupos o líderes. En este caso, lo demostramos mediante el análisis semántico del léxico y las especificaciones incluidas sobre el cambio en el tono de voz.

Citas:

- O sea, esto no es hermano ehhh una cosa mítica por allá. El señor no era un mítico de ehtoh religiosoh que tenía una filosofía romántica ¿ve? Eh, eh... Cuando leemoh ehto y sobretodo en las iglesias usted escuchará que los pastores se ponen como un poco románticos.
- (Cambia el tono de voz a uno ronco y lee solemne y lentamente.)
- Repite: “bienaventuradoh los pobres en espíritu que de ellos es el reino de...”
- El señor no quiere que tú seas un religioso de esoh que te dediqueh a cantar coritos (palmetea una sola vez) y a orar y que no veah nada.
- Y si no te gusta esta iglesia hay muy buenas iglesias que te van a llevar al horóscopo y al cielo y a otro sitio.

Análisis

El análisis semántico confirma la manera solapada de enaltecimiento. De igual forma, se mencionan con tono irónico a los que se “dedican a cantar coritos” como aquellos que no progresan y no tienen oportunidad de vivir otras experiencias. Por último, resulta contradictoria, desde el punto de vista del significado local del discurso, la frase “un religioso de esos,” puesto que tal afirmación niega entonces que el reverendo sea un religioso, aun cuando se hace llamar el “apóstol”.

Estrategia V: Inserción de anécdotas personales

Las anécdotas personales en el discurso tienen dos funciones principales: (1) categorizar negativamente a los opositores o (2) exaltar las cualidades positivas del orador.

Citas:

- Mientras esquiaba comencé a hablarle del señor a la maestra que me enseñó a esquiar, una tehtigo de Jehová y se sacudió cuando yo comencé a explicarle porque ella estaba esperando la Guerra del Armagedón.
- Y yo le dije: mi amol cómo tú puedes estar esperando fatalismoh con un paisaje tan lindo como ehte, viviendo aquí en Aspen.
- ¿Ven? Nosotros los profesionales vamos a Aspen.
- Tú teniendo un paisaje tan bonito, tan hermoso, ¿en vez de darle la gloria a Dios y esperar lo mejor, estás esperando lo peor? Los testigos de Jehová están esperando el Armagedón y ehtán esperando un montón de cosah malah. Por otro lado, no sé cómo entienden elloh porque creen que están viviendo el reino.
- Ayer, el viernes estaba en Vega Alta en la tienda Serenity entró un joven y me dijo: “El único que cree en casa en usted soy yo”. “Ni mi madre, ni mi padre ni nadie cree en usted” y yo le dije: ¿pero tú crees? (tono dramático) “Yo creo pahtor y Dios me ha bendecido y yo me encierro en el cuarto a ver eso y la gente van allí y me ven viendo la televisión y me dicen: ¡Ya ehtah viendo ese loco!”
- Y yo le digo ¿Pero de vez en cuando ellos no le echan su ojito al loco? Bueno, sí...a veces se quedan...Ahhh déjalo ahí que esta palabra va seguir entrando y penetrando. ¡Tú no puedeh hacerle caso a la gente!
- (Aplausos del público).

Análisis

En ocasiones, las anécdotas sirven para consolidar la imagen académica del orador, en cuanto a la materia teológica, como, por ejemplo, el dato de que los testigos de Jehová están esperando la Guerra del Armagedón. Otras veces, pretenden demostrar el aparente fervor y éxito de su palabra: “Yo creo pahtor, y Dios me ha bendecido...”, a pesar de la intransigencia de los demás. También, hay un intento por crear un paralelismo entre la intolerancia social del discurso cristiano y la que recibe su discurso: “El único que cree en casa en usted soy yo”. “Ni mi madre, ni mi padre ni nadie cree en usted”. “...y me dicen: ¡Ya ehtah viendo ese loco!” Por último, tratan de mostrar la sabiduría y enaltecer su imagen de “maestro” al brindar consejos y ser capaz de enseñar lecciones de vida a partir de moralejas. Todas se caracterizan por la falta de veracidad, puesto que nunca demuestra objetivamente que la situación en cuestión tuvo lugar en algún espacio o momento determinado. Por último, cabe mencionar que la referencia de irse a esquiar a Aspen demuestra el poder socioeconómico del que disfruta el reverendo. Dicho poder se pone de manifiesto, puesto que esquiar es un deporte costoso y, además, Aspen es un lugar vinculado al *jet set* de los Estados Unidos.

Estrategia VII: 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 esas 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 lo 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:

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 eh la clave del reino”.
- “Vended y dad”.
- “Vendan *Super Food* y den los diezmos”.

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 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.

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 envejecan, 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 demostraremos 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!

Estrategia VIII: 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.

Estrategia IX: Creación de paralelismos entre el discurso divino y el discurso de Font

El siguiente fragmento demuestra cómo se utilizan personajes ficticios y otros elementos irreales para establecer un paralelismo entre las enseñanzas divinas y sus enseñanzas. Posteriormente, se presenta el análisis.

Citas:

- Eh como las películas hoy en día son tan fantasiosah porque sus héroes loh maquillan tanto que a veces uno se... se aleja de la realidad ¿verlá? Como que, como que usted no puede verse en ello. Si hay algo que a mí me gusta de las películah del cine mejicano y lah películah estah hispanah es que, como no tienen tanto dinero para maquillar a su gente, se ven

con el mismo sudor y se ven con el pelo como salen y se ven... tal como son.

- (Entre risas). Así se ven esa gente.
- 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!
- (Comienza a hablar en tono solemne y lento).
- “Bienaventurados los pobres en espíritu.”
- No.
- ¿Cuántos fueron a ver la película *The Last Samurai*?
- Levanten la mano.
- Muy bien. Los que no fueron pues vayan y véanla. A Tom Cruise... Eh, eh, eh... presentan unah, unah, unah tomas a cámara lenta. Se caen, cuando él se va cayendo así del caballo. Hmm (Imita la caída en cámara lenta).
- ¿Uhté ve? ¿Ha visto esas películah que... que para darle máh énfasih a la a loh personajes se los toman en cámara lenta de momento para qué tú veas que...?
- Como cuando a Rambo le metían una pescozá, un puño aquello el ruso le metía una pescozá que hacía... (imita).
- A Rocky, a Rocky, cuando le dieron a Rocky... y se va cayendo poquito a poco.

Análisis

El estilo léxico compuesto por conceptos que denotan superficialidad como “maquillaje”, “estilo Hollywood” y “pintura” es un intento de resaltar (por oposición) todos los aspectos reales del discurso divino. Este señalamiento también se refuerza con frases como: “con el pelo como salen”, “tal como son”, “no hablaba en cámara lenta” y “no le probaron el audio”. La mención de las películas del cine latino y *The Last Samurai* aparenta a primera vista incoherencia discursiva. Sin embargo, es solo una herramienta para contrastar la realidad de su propio discurso y del discurso divino frente a la irrealdad discursiva y filosófica de las demás religiones. El nombramiento de otros personajes irreales como *Rocky*, *Rambo* y el boxeador ruso pretende también confirmar tal contraste. Finalmente, establece cuán real es, según él, su propio discurso al igual que lo es el discurso divino. Compruébese en las siguientes citas.

Citas:

- Mire usted no se cae en cámara lenta. Cuando yo me caí allá arriba, cuando yo me caí en la nieve yo no iba... (imita). (El público ríe a carcajadas). Si fuera así le daba tiempo a uno verdad, pérate (por espérate) a caelse y que lo retraten bien.
- ¡No, cuando yo fui a cael allí!
- (Imita onomatopeya). ¡Fffui pum!
- (Risas).
- ¡La vida es real!
- Toque el que ehtá a su lado a ver si es real.
- ¡La vida no eh plástica! ¡La vida eh real!
- Usté tiene que pagal la renta, el agua, la luh, comel, vivir, vestir, ehtal sano. Jesús estaba enseñando una vida práctica. Lo que dijo lo dijo como lo dijo con todo el sentido espiritual, ¡claro que sí! Conque siempre presentó la palabra de Dios, porque esta es una palabra espiritual.

Análisis

La enumeración de las responsabilidades económicas (pagar agua, electricidad y renta) tiene como fin mostrar las realidades de la vida cotidiana. Tener que pagar por todos esos servicios resulta tan real como las enseñanzas que Jesús daba en el monte sin maquillaje. Sin embargo, como demostraremos más adelante, esto es una mera justificación para la mercadotecnia que domina gran parte de su discurso y que le ha valido tantas críticas negativas. Con la creación del paralelismo entre el discurso práctico ofrecido por Jesús en su discurso trata de justificar la venta de productos. Intenta plantear que su venta durante el sermón no es más que una respuesta a la realidad de esas responsabilidades económicas y, por tanto, su mensaje es real, al igual que lo fueron las enseñanzas en el Monte de los Olivos, sin audio ni pintura.

A continuación, véanse las citas en que el reverendo mercadea su producto *Super Food*.

- Ahora, me impresiona, hermano, cómo la mayoría de las personah no quieren pasar el trabajo de ir y vender y ofrecer un producto a otro.
- A mí me impresiona. Cómo hay personas que no quieren... nada, ellos quieren que el gobierno le dé todo: casa, ropa, zapatoh, comida. Sentao en la casa viendo *Cable TV* y quejándose del gobierno:
- (En tono de queja).
- Ehto tá malo. No hay dinero.
- Pero, pero no quieren pasar trabajo.
- Es impresionante cómo la gente no quiere ir y llevarle el mensaje a otro. Ni siquiera teniendo el mejor producto,... en este caso el *Super Food*.

Análisis

Nótese nuevamente la mención de todas las responsabilidades económicas y la venta de su producto *Super Food* como la solución para el cumplimiento de las mismas. Por último, el orador incursiona en el aspecto semántico y cambia el acto de vender por “llevar el mensaje”. Dado que la temática del discurso es fundamentalmente religiosa, “llevar el mensaje” puede referirse el anuncio de los milagros de Jesús o a cuando el Ángel Gabriel llevó el mensaje a María. De manera, que el *Super Food* se convierte en un producto “divino” y el acto de vender en un acto casi celestial.

Estrategia X: Circunscripción semántica del discurso a sí mismo

Análisis

El orador incursiona en el área de la semántica y trata de definir el término “vender”². Así, circunscribe el discurso a sí mismo y lo limita a un significado local. Sin embargo, más relevante que la incursión en la disciplina de la semántica es el impacto que pretende tener en el sistema cognitivo de sus feligreses. La omisión del beneficio económico de su definición vincula el acto de vender a acciones sacramentales. Tal vinculación se logra a partir de metáforas e ilustraciones de pasajes bíblicos. Antes de proseguir hay dos aspectos particularmente inherentes en esta estrategia: (1) el pastor está vendiendo un producto en el sermón dominical y desde el altar del templo, por consecuencia, necesita atenuar la realidad de la situación y (2) la Biblia constituye la base fundamental de su discurso; sin embargo, paradójicamente, el pasaje en que Jesús saca a los mercaderes del templo destroza su moral como “apóstol”, pastor y orador. Véase cómo logra la atenuación del acto de vender en su discurso:

Citas:

- Vete y llévale a otro. Jesús solía decirle a los que él sanaba: “Ve y cuéntale a tu familia cómo Dios tuvo misericordia de ti”. Ofrécele esto, ofrécele el mensaje de fe.
- El problema es que la gente se mete la cuestión de la culebrita del dinero nada más.
- Vender es ofrecer, comunicar, ayudar, motivar, inspirar.

² Según el Diccionario de la Real Academia Española, *vender* es “traspasar a alguien por el precio convenido la propiedad de lo que uno posee”.

- La mayoría quiere venir a la iglesia escuchar el buen mensaje, ser bendecido, pero, no quieren hacer lo que dijo el señor: “Ve y cuéntale”.

Análisis

Se identifican tres estrategias para llevar a cabo el cambio semántico del término “vender”: (1) La analogía entre la acción de “vender” y “llevar el mensaje de fe”, (2) la presentación de un campo semántico errado del mismo término y (3) la negación del beneficio económico que conlleva el acto de vender. Para realizar la analogía se manipulan los pasajes bíblicos sobre las sanaciones de Jesús. El “llevar el mensaje de fe” significaba dejarle saber a los demás sobre los milagros que Cristo realizaba. En este caso, “llevar el mensaje de fe” se convierte en vender el *Super Food*. Dado que es un medicamento vendido por una iglesia, la idea de la “fe” queda estrechamente vinculada a la sanación que tendrá el *Super Food*. Por consiguiente, el mensaje sobre dicha sanación es el que debe llevarse, según Font. En el aspecto cognoscitivo, idealiza al vendedor como un personaje bondadoso que lleva sanidad sin pedir nada a cambio. La negación de que se desprenda del mensaje alguna actividad financiera aclara el propósito del orador por aislar el dinero del acto de “vender” (“...la gente se mete la culebrita del dinero nada más”). Por último, la presentación de un errado campo semántico intenta presentar la idea del acto de vender como un acto de bondad para lograr la transformación en el sistema cognitivo de la congregación. En contraste con la definición dada por el reverendo, “...ofrecer, comunicar, ayudar, motivar, inspirar”, el *Diccionario Consultor Espasa* presenta en su lista de sinónimos para vender “traspasar, enajenar, expender y despachar”. De una forma u otra está implícito que se recibe algo a cambio. Este hecho contrarresta la idea de vender sin recibir alguna remuneración que plasma el reverendo en su discurso.

Luego de examinar las estrategias persuasivas que caracterizan el discurso del pastor de FAV, pasamos a presentar y analizar las estructuras lingüísticas que se correlacionan con la función de persuadir de este discurso.

5. ESTRUCTURAS LINGÜÍSTICAS

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

5.1 ANÁLISIS SEMÁNTICO

Estilo léxico: uso de lenguaje coloquial

El análisis semántico del estilo léxico demuestra el uso del lenguaje popular. En el aspecto pragmático, 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 connmigo”. “¿Cuántos se van a unir?” **Pegaron a levantar** la mano...

Análisis

La cotidianeidad 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 sustancias ilícitas, 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.

5.2 ANÁLISIS FONOLÓGICO

Dada la inherencia que tienen las elisiones, las transformaciones y las exageraciones fonológicas en el significado del discurso y en el significado pragmático, 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 (Son citas aisladas).

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.
- ¿Por qué 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 “**rrrrecibes**”. 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).

5.3 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. Tal estructura, sin embargo, es característica del español puertorriqueño. No obstante, 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 como tratado personalmente y en un ambiente familiar.

Citas:

- Sal afuera al escenario de la vida. Mira a ver que **tú** tienes. Véndete a ti mismo primero. **Yo** estoy aquí y voy a echar para 'lante
- Si **tú** no puedes venderte a ti mismo ¿qué rayos **tú** vah a vender?
- 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!

5.4 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 está 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.

6. ASPECTOS EXTRALINGÜÍSTICOS Y ETNOGRÁFICOS

La segunda fase de análisis de esta investigación toma en consideración aquellos aspectos extralingüísticos y etnográficos que forman parte del propósito del discurso y que se relacionan con la cultura y el contexto social puertorriqueños. 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.

6.1 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.

6.2 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 la relación con el capitalismo. 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.

6.3 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.

6.4 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 con la época, villancicos y plenas. Posteriormente, los feligreses suben al altar a presentar sus ofrendas y detallan la razón por la cual prometieron a Dios ofrendar en 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, Lumley y Mc Lennan (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 unos 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 pragmático, 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.

6.5 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.

7. CONCLUSIONES

Se ha podido evidenciar, a través de la descripción del contexto de la situación, cómo los elementos del discurso del líder religioso se enriquecen y se reafirman en todo lo que rodea y encapsula el mensaje de prosperidad. Este se construye y se perpetúa con el lenguaje verbal y no verbal estratégicamente seleccionado.

Los resultados de estos análisis comprobaron la existencia de tres importantes aspectos para la efectividad discursiva: 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 a 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. 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. 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.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- FAIRCLOUGH, NORMAN y RUTH WODAK. 2004. Critical Discourse Analysis. *Critical Discourse Studies*, 1 (2): 225-259.
- FONT, RODOLFO (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.
- GRAMSCI, ANTONIO. 1971. *Selections from the prison notebook*. Nueva York: Editorial International Publishers.

- HALL STUART, BOB LUMLEY y GREGOR MC LENNAN. 1977. *Politics and Ideology: Gramsci*. Birmingham: Center for Contemporary Cultura Studios.
- HERMAN, EDWARD y NOAM CHOMSKY. 1988. *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. Nueva York. Editorial Pantheon Books.
- HYMES, DELL. 1974. *Foundations in Sociolinguistics*. Filadelfia. Editorial Universidad de Pensylvania.
- SAVILLE-TROIKE, MURIEL. 2003. *The Ethnography of Communication*. Malden, Massachussets: Blackwell.
- TORRES, MARÍA. 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, TEUN. 1993. Principles of discourse analysis. *Discourse and Society*, 4 (2): 249-283.
- . 1998. *Ideology*. Londres: Editorial Sage.
- VARGAS, PATRICIA. 1998. La conciencia de hoy. *Periódico El Nuevo Día*, 28 de febrero, pp.102-103.