

DANNY ROMÁN-GLORÓ

Escuchando al Oyente Hispano(a)/Latino(a) del Sermón en los EEUU

Resumen

Este ensayo presenta los resultados de un estudio etnográfico sobre la predicación entre la comunidad Hispana/Latina de los EEUU.¹ El estudio exploró el evento de la predicación desde la perspectiva del oyente. En los EEUU el oyente Hispano(a)/Latino(a) del sermón representa un grupo único de individuos que tienen una experiencia particular de la predicación, que puede proporcionar ideas sobre cómo la predicación constituye un vehículo para dar forma y re-formar una comunidad religiosa y social. Una serie de características de un buen sermón fueron identificadas mediante el uso de entrevistas en profundidad a un grupo diverso de oyentes Hispanos(as)/Latinos(as) del sermón.

Palabras Clave: predicación, Hispanos(as)/Latinos(as) en los Estados Unidos, co-creación de significado, transformación, origen étnico, Biblia

Danny Román-Gloró Pastor de Sunset Congregational Church, Miami, FL y candidato al Doctorado en Comunicación, Facultad de Comunicación y las Artes, Regent University, Virginia Beach, VA. El también tiene un Doctorado en Ministerio.

Introducción

La predicación continúa siendo un evento de comunicación generalizado entre los grupos religiosos del mundo. Clifton Guthrie sostiene “(predicar) rivaliza el dar una conferencia y el concierto en vivo como la forma más perdurable de la comunicación oral pública en vivo en un mundo por lo demás inundado por medios impresos y electrónicos.”² Sin embargo, la predicación, particularmente en la comunidad Cristiana, no es un evento de comunicación que involucra a un orador activo y una audiencia pasiva.³ A diferencia de otras formas de comunicación, la predicación Cristiana se produce dentro de una comunidad específica de individuos que están activamente envueltos en el proceso de escuchar el sermón y hacer elecciones morales, éticas, y religiosas basadas en las palabras del predicador. A través de la predicación, se forma un grupo de personas dentro de una comunidad de fe.

A pesar de la naturaleza dominante del sermón, el estudio de la predicación como un evento de comunicación es limitado. La teoría homilética y la predicación son esfuerzos interdisciplinarios que juntan a campos tan diversos como Estudios Bíblicos, Hermenéutica, Teología y Comunicación; y su impacto se extiende a las vidas de individuos y comunidades. Sin embargo, debido a la naturaleza trascendental de la predicación, el impacto del sermón como un vehículo de comunicación para la formación de la identidad personal y comunitaria ha sido explorado marginalmente. Como Guthrie sostiene, “homilética como un campo permanece curiosamente separada de campos relacionados tales como estudios de persuasión en psicología, la psicología de la experiencia religiosa, nuevas investigaciones en sociología sobre conversión y adherencia de grupo, o teorías de comportamiento ritual en las ciencias cognitivas...”⁴ Esta circunstancia ha comenzado cambiar ya que Homeletas y especialistas de otras disciplinas han comenzado a interactuar y observar el evento de predicación como un evento de comunicación. Este trabajo ha comenzado a centrarse en el evento de la predicación como un medio para entender los patrones de comunicación dentro de un entorno social específico; y en formas para aumentar la eficacia del predicador individual en cualquier situación religiosa.⁵

Mientras que varios estudios han comenzado a proporcionar entendimiento en diferentes áreas de la predicación, la cantidad de investigación centrada en la perspectiva de los oyentes es bien limitada. Esta limitada cantidad de investigación resulta insignificante cuando el foco de esto es oyentes del sermón que pertenecen a minorías raciales y étnicas. Por lo tanto, el propósito de este estudio es agregar a esta floreciente área de estudio, al explorar la experiencia Hispana/Latina en los Estados Unidos del sermón como un evento de comunicación a través de la identificación de las características de un “buen” sermón percibida por el oyente Hispano(a)/Latino(a) de los

EEUU. Al centrarse en los oyentes Hispanos(as)/Latinos(as) del sermón, este estudio pretende iniciar una conversación en la comprensión del evento de predicación como un fenómeno en el cual el significado es co-creado, y así pueda informar la práctica de la predicación dentro de la comunidad Hispana/Latina en los EEUU y la Iglesia en general. Al buscar tal objetivo, este proyecto de investigación puede convertirse en una herramienta básica en el proceso de entendimiento de los patrones de comunicación religiosa dentro de la comunidad Hispana/Latina en los EEUU, y otras comunidades cristianas. Por último, este estudio no pretende ser exhaustivo, sino un intento de comenzar una conversación acerca del impacto del sermón dentro de la comunidad Cristiana Hispana/Latina en los EEUU. Específicamente, este estudio pretende responder a esta pregunta de investigación: ¿Qué tipo de características del sermón identifica el oyente Hispano(a)/Latino(a) de los EEUU como pertenecientes a un buen sermón?

El Sermón como Interacción Simbólica

La Homilética consistentemente ha sido definida como el arte de preparar y predicar sermones.⁶ Es apropiado que la homilética sea llamada un “arte”, porque es un esfuerzo multidisciplinario que cruza un espectro de disciplinas teológicas y teorías de la comunicación.⁷ Este esfuerzo multidisciplinario está destilado en un producto que es una síntesis de dos procesos complejos: la preparación del sermón y la presentación del sermón. La preparación del sermón es una tarea teológica que consiste en la intersección de la dogmática, la exégesis bíblica y la teología práctica. Como Karl Barth argumenta “... no pensamos en cualquiera de estas disciplinas sin las otras dos, ni tampoco podemos hablar de cualquiera de ellas aisladamente sin hablar de las demás.”⁸ Una vez completada la preparación del sermón, el predicador interactúa con la retórica y otras teorías de la comunicación para comunicar el sermón a la audiencia. Por lo tanto, la teoría homilética se interesa en las decisiones que el predicador hace sobre el uso de la Biblia, teología y comunicación al preparar y presentar un sermón.⁹

Desde la perspectiva de la comunicación, el sermón ha sido definido como un evento de comunicación donde el significado es co-creado conjuntamente entre el público y el orador.¹⁰ Como Craddock, explica, “Un sermón es una comunicación y por lo tanto se encuentra localizado tanto entre un grupo particular de oyentes como con un orador particular.”¹¹ Por lo tanto el sermón debe ser entendido como “.. un proceso simbólico por el cual la realidad es producida, mantenida, reparada y transformada.”¹² Esta definición del sermón, desde una perspectiva de comunicación, no niega otras definiciones teológicas o entendimientos del sermón (ej. la afirmación de Martín Lutero de que la predicación de la palabra de Dios es la palabra de Dios). Lo que

facilita esta definición es el entendimiento de que el sermón, mientras está siendo predicado, es formado y remodela la realidad en la que el predicador y el oyente operan. En términos teológicos, la comunidad de fe está siendo transformada por el poder del evangelio mientras el sermón está siendo predicado.¹³ Por lo tanto, la comunidad Cristiana de fe está formada en una comunidad a través del proceso de comunicación incorporado en el sermón. Esta definición del sermón permite a Craddock estresar que el confía en que “...los oyentes lleguen a sus propias conclusiones, a hacer su propia forma de pensar y creer en confiar y decidir.”¹⁴

En este paradigma, a través de un intercambio de símbolos el oyente y el predicador comparten de forma subjetiva en la verdad objetiva (el Evangelio de Jesucristo) siendo comunicado. Este intercambio ciertamente encaja con la manera en que George Mead entiende cómo la comunicación es la fundación para la formación de la comunidad,

Eso es lo que hace la comunicación en el sentido significativo del proceso organizativo en la comunidad. No es simplemente un proceso de transferencia de símbolos abstractos; siempre es un gesto en un acto social que llama en el individuo mismo la tendencia al mismo acto que se llama en otros.¹⁵

Por lo tanto, en el evento de predicación, el oyente de sermón es un participante activo en el proceso de comunicación, no sólo consumiendo información, pero activamente tomando decisiones y haciendo interpretaciones basadas en el sermón. Por lo tanto, el/la oyente del sermón forma sus propias opiniones sobre cuales sermones comunican de manera efectiva, así como las características que hacen esos sermones buenos o efectivos. Al mismo tiempo, el predicador debe aprender de la audiencia con el fin de mejorar su eficacia.

Etnicidad/Cultura como Filtros Auditivos

Puesto que el sermón es un evento de comunicación donde el significado es co-creado, es importante entender cuales filtros están activamente usados por el oyente y el predicador en el evento. Uno de estos filtros es el étno-cultural.¹⁶ Ya que éste es un lente o un filtro muy específico es necesario definirlo.

Los Servicios de Seguridad Infantil del Gobierno de Queensland, Australia ofrece una definición básica de la etnicidad:

Etnicidad – perteneciente a un grupo que comparte las mismas características, como el país de origen, idioma, religión, ascendencia y cultura. Etnicidad es un asunto de hecho histórico y biológico y no se modifica por la cultura en la cual una persona crece.¹⁷

Esta definición resuena con una definición propuesta por Shibutani y Kwan: “un grupo étnico consiste de aquellos que se consideran a sí mismos como iguales en virtud de su ascendencia común, real o ficticia, y quienes son considerados por los demás.”¹⁸ Por lo tanto, “etnicidad” no refleja un aspecto único de un individuo, pero representa una combinación de todas esas características no físicas que lo distinguen a el/ella de los que lo/la rodean. Además, se supone que cada grupo étnico tiene un conjunto particular de características que han sido formadas por su historia y experiencias, y que ese conjunto particular no se ha repetido en otros grupos. Como misiólogo David J. Hesselgrave, explica: “hay más de 3500 grupos étnicos en el mundo y sin embargo no hay dos de ellos que tengan configuraciones culturales idénticas. Cada uno de estos grupos tiene una cultura que es sistémica y estructurada.”¹⁹ Es por ello que las “etiquetas” que han sido diseñadas y popularizadas por el Buró del Censo de los EEUU (hispanos, asiáticos, blancos, nativo americano, etc.) son útiles, pero pueden ser utilizadas indebidamente o distorsionan el entendimiento de etnicidad y cultura.²⁰

Basado en las descripciones anteriores, es evidente que los elementos que distinguen a un grupo étnico son también los elementos de lo que entendemos representan ser una cultura. Como “etnicidad”, “cultura” tiene muchas definiciones. Los Servicios de Seguridad Infantil de Queensland, Australia han desarrollado una definición útil:

Cultura- describe lo que las personas desarrollan para permitirles adaptarse a su mundo, como el lenguaje, gestos, herramientas para permitirles sobrevivir y prosperar, costumbres y tradiciones que definen los valores y organizan las interacciones sociales, creencias religiosas y rituales y vestido, arte y música para hacer expresiones simbólicas y estéticas. La cultura determina las prácticas y creencias que llegan a asociarse a un grupo étnico y proporciona su identidad distintiva.²¹

Según esta definición, la cultura se desarrolla mientras los individuos “... adaptan a su mundo.” Esto resuena con la idea progresista de Andy Crouch. El argumenta que la cultura es “hacer algo del mundo.”²² Para Crouch, la interacción humana con el mundo que nos rodea es lo que produce la cultura. Como él explica,

Cultura es, ante todo, el nombre de nuestro esfuerzo humano inquieto, implacable, para tomar al mundo como nos es dado y hacer otra cosa. Esta es la visión original del escritor de Génesis cuando dice que los seres humanos fueron creados a imagen de Dios: al igual que el Creador, somos creadores. ...Dios da al primer hombre y mujer la misma tarea que el bebé casi de inmediato intenta hacer con las materias primas de sus cuerdas

vocales, el pulmón y la boca — lo mismo que hicieron nuestros antepasados con piedra y fuego y pigmento en las paredes de las cuevas. Van a trabajar con estas materias primas recalcitrantes (incluso el Jardín antes de la caída, parece necesario cultivar y mantener), formando y remodelando el mundo en que se encuentran. Empiezan a “hacer algo del mundo.”²³

Mientras los seres humanos “hacen algo del mundo”, se desarrollan un conjunto de creencias, costumbres, valores y tradiciones. Estos elementos, que pueden ser llamados una “cosmovisión”, es lo que ayuda al individuo a interpretar, comprender e interactuar con el mundo alrededor de él/ella, dando sentido a su vida.²⁴ Este sentido de identidad forma acciones y procesos de pensamiento. Orlando Crespo explica:

Como seres humanos es imposible vivir fuera de estos sistemas integrados de creencias, valores, costumbres e instituciones, ya que nos dan la conectividad y pertenencia que son esenciales para el corazón humano. Es en este ambiente de cultura que Dios nos da el sentido de identidad y dignidad que son necesarios para la integridad física, emocional y mental. Es la cultura que enmarca todo lo que hacemos...²⁵

Como puede verse en estas definiciones, etnicidad y cultura están entrelazadas y no existen sin la otra. La etnicidad de un individuo puede ser identificada por los rasgos culturales que el/ella demuestra (incluyendo lengua, religión, cocina, etc.) y viceversa. Por supuesto, esta evaluación sólo puede realizarse en términos generales, puesto que las circunstancias personales o experiencias de un individuo podrían alterar su comportamiento y “enmascarar” su origen étnico/cultura. Como los teólogos Jeter y Allen sostienen, “Gente de la misma raza, etnicidad y clase social pueden operar de diferentes visiones del mundo.”²⁶ No obstante, un equilibrio debe ser alcanzado entre el entendimiento que un individuo puede “desviarse” étnicamente de sus rasgos culturales definidos y las características generales del grupo. Si no se desarrolla tal equilibrio, cualquier grupo étnico puede ser eliminado y convertido en individuos.²⁷

Por lo tanto, es la étno-cultura de un individuo que actúa como un lente central mediante el cual dicho individuo interpreta sus experiencias, y en consecuencia es el filtro central a través del cual el individuo oye y entiende un sermón.²⁸

El Sermón como Objeto de Investigación

La naturaleza dominante del sermón y la predicación han atraído un cierto nivel de atención de los estudiosos e investigadores, que han estudiado el fenómeno desde diferentes perspectivas. La revisión hecha por Clifton Guthrie de las investigaciones realizadas acerca de la predicación detalla

los tipos diferentes de estudios que han sido conducidos sobre el evento de predicación. Estos estudios abarcan desde los temas utilizados por los predicadores; la relación entre la predicación y la persuasión; tanto como las cualidades que hacen un sermón más eficaz; cómo el entrenamiento del clero impacta la efectividad del sermón. Sin embargo, a pesar de los esfuerzos hechos a través de estos estudios, el sermón como un evento de comunicación continua siendo explorado mínimamente.²⁹ En parte, tal estado de investigación en el evento de predicación nace de la naturaleza multidisciplinaria de la predicación, y en el hecho de que la mayoría de predicadores son entrenados en seminarios y escuelas de teología, que están enfocados en la interpretación de la Biblia y teología y no en la comunicación de dicha empresa teológica. Como Guthrie sostiene, “como una disciplina académica la Homilética se ha hecho casi exclusivamente como un campo de las Humanidades en lugar de ver a su objeto de estudio — el evento de la predicación — como una empresa humana que se beneficia de ser examinada por una amplia gama de métodos de investigación.”³⁰

Recientemente, la condición actual de las cosas ha comenzado a cambiar los esfuerzos han comenzado a emerger en el estudio del sermón como un evento de comunicación, y para enfocarse en el estudio de la perspectiva de los oyentes. Más recientemente, Allen y colaboradores realizaron un estudio titulado *Escuchando a los Oyentes*.³¹ Este estudio masivo, que ha producido cinco libros y varios artículos, se llevó a cabo en la región del medio oeste de los EEUU usando entrevistas extensas en profundidad y grupos de enfoque. El estudio se enfocó en los oyentes y su experiencia del sermón, así como trató de determinar cómo la congregación escucha el sermón.

Uno de los vacíos evidentes en los estudios realizados sobre el sermón es la falta de trabajo entre las congregaciones de minoría étnica/racial. Mientras que algunos de los trabajos se han llevado a cabo entre el clero afroamericano³² y el estudio de Allen y sus colaboradores incluyó algunas congregaciones afroamericanas, la idea de explorar el evento de predicación como un evento de comunicación entre las minorías raciales y étnicas es anémico. Entre la comunidad Hispana/Latina de los EEUU han sido conducidos dos estudios. Un estudio conducido entre miembros del clero Hispano(a)/Latino(a),³³ que se enfocó en el entendimiento del predicador sobre como desarrollar un sermón efectivo para los Hispanos(as)/Latinos(as) y un estudio sobre los laicos Hispano(a)/Latino(a) (los que escuchan los sermones) que se enfocó en crear una imagen de los Hispanos(as)/Latinos(as) que ayudaría a un predicador de habla inglesa a preparar sermones transculturales para el oyente Hispano(a)/Latino(a).³⁴ Esta cantidad limitada de investigación crea un vacío de información sobre el sermón como un evento de comunicación entre las congregaciones Hispanas/Latinas de los Estados Unidos.

El Sermón Dentro de la Comunidad Hispana/Latina

Según la literatura, la predicación dentro de la comunidad Hispana/Latina sigue la estructura de la predicación en otras comunidades.³⁵ La gran mayoría de libros sobre la predicación utilizados dentro de la comunidad Hispana/Latina están enfocados en la teoría de retórica clásica o la retórica Neo-aristotélica.³⁶ Por lo tanto, la literatura homilética Hispana/Latina se enfoca en la interpretación de la Biblia, el desarrollo del sermón, los diferentes estilos de la presentación del sermón y el papel del predicador dentro de la comunidad de fe.³⁷

Todos estos libros de texto presentan una serie de características de la predicación eficaz. Mientras que cada autor ofrece sus propias ideas sobre las características de un sermón eficaz, en términos generales la literatura refleja características similares. Primero, el sermón debe estar basado en la Biblia. El texto bíblico, ya sea una sola porción o en varias porciones, se considera el núcleo del sermón.³⁸ La segunda característica está estrechamente relacionada con la primera. Ya que el sermón se basa en la Biblia, el sermón entonces es un vehículo para transmitir las enseñanzas de Jesucristo y otras doctrinas de la fe cristiana. En tercer lugar, el objetivo del sermón se orienta hacia la transformación personal.³⁹ El sermón es preparado y presentado con el deseo de generar un cambio espiritual, moral y psicológico dentro del individuo; por lo tanto, se espera que el sermón sea un agente de transformación en la vida de los oyentes. Una variación de la idea de transformación personal es la idea de la transformación corporativa a través de la liberación política y social.⁴⁰ Esta característica se enfoca en el sermón como un vehículo a través del cual las comunidades se facultan para transformar las estructuras sociales y políticas para crear una sociedad más equitativa.⁴¹ Finalmente, el sermón debería buscar engendrar una conexión emocional con el público.⁴² Cuando el predicador presenta el sermón, el/ella pretende afectar el estado emocional de la audiencia, ya que se cree que una respuesta emocional representa una apropiación del mensaje presentado. Mientras que la descripción de la reacción emocional que busca el predicador es inconsecuente, es claro que una reacción emocional representa transformación personal.

Método de Estudio

La metodología elegida para este estudio fue la etnografía de la comunicación. La etnografía de la comunicación es un enfoque socio-cultural basado en la idea de que el discurso dentro de un grupo en particular engendra una experiencia cultural particular.⁴³ Dentro de esta perspectiva metodológica se utiliza un enfoque hermenéutico-fenomenológico para buscar un entendimiento de la experiencia de la predicación del estudio de los participantes. Desde esta perspectiva, fenomenológico se refiere a cómo el/la

investigador(a) se orienta a la experiencia vivida⁴⁴ por los participantes de la investigación, mientras que hermenéutica se refiere a la función interpretativa que el investigador desempeña en el informe de la experiencia vivida. Este enfoque permite al investigador(a) a ganar una comprensión más profunda de lo que el individuo experimenta en un fenómeno de comunicación particular, y cómo esa experiencia informa su comprensión y apreciación del fenómeno estudiado. Finalmente, la entrevista en profundidad fue elegida como la metodología para recopilar datos, porque la misma ofrece una oportunidad para una exploración más detallada del tema y la experiencia vivida por los entrevistados.⁴⁵

Veinticinco entrevistas en profundidad fueron realizadas entre oyentes Hispanos(as)/Latinos(as) del sermón en los EEUU. De los 25 entrevistados, 19 eran mujeres y hombres; se habían graduado de secundaria, 15 eran graduados universitarios, y tenían títulos de postgrado. De los 25 entrevistados, dos eran Católicos Romanos, 10 asistían a iglesias no denominacionales, y 13 pertenecían a varias iglesias de denominaciones protestantes (incluyendo la Iglesia Presbiteriana en América, Iglesia Cristiana Discípulos de Cristo, la Convención Bautista del Sur, Iglesia Evangélica Luterana en América y las Asambleas de Dios). Los entrevistados representan una variedad de nacionalidades, incluyendo: ocho Puertorriqueños, cinco Cubanos, tres Colombianos, dos Mexicanos, dos Dominicanos, dos Peruanos, un Hondureño, un Ecuatoriano y un Venezolano.

Los entrevistados fueron reclutados a través de varios medios, incluyendo contacto personal a través de las redes sociales, por boca de otros participantes, e invitaciones publicadas en cartelera de anuncios en una universidad Cristiana local. Los entrevistados fueron seleccionados mediante un criterio cuádruple: en primer lugar, todos los participantes fueron de descendencia Hispana/Latina.⁴⁶ En segundo lugar, para limitar el alcance, la participación se limitó a individuos que profesan ser Cristianos, esto incluyó Protestantes (incluyendo varias expresiones denominacionales y no denominacionales), los Católicos Romanos, y otras expresiones de la fe Cristiana. La decisión de limitar el alcance del estudio se determinó por el papel que la predicación tiene dentro de la fe Cristiana, en comparación con otras religiones.⁴⁷ En tercer lugar, se esperaba que los participantes tuviesen algún nivel de participación en servicios religiosos, donde se expondrían a escuchar sermones. La última característica fue que los participantes no practicasen la predicación como clero o predicadores laicos. Este criterio procuró eliminar a individuos que habían recibido algún nivel de formación en la preparación de sermones, y por lo tanto sus opiniones sobre el tema reflejarían el prejuicio creado por su formación. No hubo una estrategia específica para reclutar a los participantes que le diera preferencia a un patrón particular de trasfondos

denominacionales, edades, nivel educativo, estatus económico, nacionalidad, etc. El patrón específico que surgió refleja la voluntad de los individuos a participar en el proyecto de investigación, y no a un esfuerzo consciente en la parte del investigador para discriminar entre los participantes.

En promedio, las entrevistas duraron 45 minutos, con algunas que se extendieron por más de una hora y una que duró dos horas. La duración de las entrevistas fue determinada por el interés de los entrevistados sobre el tema. Las preguntas de la entrevista fueron diseñadas como preguntas abiertas con el objetivo de explorar las opiniones de los entrevistados sobre el sermón como un evento de comunicación.

Como expresado anteriormente, el propósito del estudio es descubrir las características de un “buen sermón” desde la perspectiva del oyente Hispano(a)/Latino(a). Se podría cuestionar por qué tratar de definir las características de un “buen sermón” y no las características de un “sermón eficaz”. La literatura en este campo coloca la carga en el predicador de desarrollar “sermones eficaces.” Sin embargo, la idea de un “sermón eficaz” sólo puede medirse al determinar el objetivo previsto del predicador y no en la experiencia del oyente. Una vez que se ha averiguado el objetivo del predicador, el investigador podría determinar si el objetivo del predicador fue alcanzado. Sin embargo, la intención del predicador sólo puede ser medida desde el predicador individual a el predicador individual, y es muy difícil generalizar o replicar. La idea de este estudio era revertir el proceso y explorar la experiencia del oyente con el fin de determinar lo que ellos consideran como las características de un sermón que produce el resultado o la experiencia deseada por el oyente. El tratar de determinar cuáles son las características de un “buen sermón”, la carga se deposita en la experiencia vivida por el oyente y no en la intención del predicador. Sólo el oyente puede determinar si el sermón tuvo un impacto en su vida y el peso del impacto que tuvo el sermón. Al enfocarse en las características de un “buen sermón”, el estudio busca determinar cómo los oyentes se ven afectados por el sermón, y cómo ese impacto puede ser replicado en diferente comunidades de fe dentro de la comunidad Hispana/Latina.

En el análisis de los datos, surgieron tres ideas que no podrían ser calificadas como características de un buen sermón. Estas tres ideas: el propósito del sermón, la Biblia como el fundamento del sermón, e identificación con el predicador, actúan como un paradigma a través del cual el sermón es analizado por los oyentes Hispanos(as)/Latinos(as) en los EEUU de sermón, y como el o ella experimentan el evento de predicación.

El Propósito del Sermón

Casi por unanimidad, los entrevistados indicaron que el propósito del sermón es tener un encuentro transformador con Dios. El sermón fue percibido como una experiencia transcendental que lleva a los oyentes a un encuentro directo con Dios. Según los entrevistados, este encuentro produce un cambio afectivo, moral/ético y religioso en la vida del oyente. Además, los entrevistados describieron el encuentro como un momento en que el oyente escucha la voz de Dios a través del sermón. Mientras que las descripciones variaban, todas las descripciones reflejan la idea de que el sermón es un encuentro con Dios. Curiosamente, algunas de las descripciones, de este encuentro con Dios no fueron positivas. Algunos entrevistados afirmaron que el sermón es una confrontación con Dios en el cual Dios reprende, desafía, y amonesta al oyente individual y la audiencia reunida para un cambio de estilo de vida. Es interesante notar que los entrevistados no describieron la experiencia como necesariamente agradable. Los entrevistados declararon que a veces este encuentro es un evento emocionalmente doloroso que produce una catarsis espiritual y afectiva, que a la vez produce cambios morales/éticos y afectivos en parte de los entrevistados. A pesar de los sentimientos negativos que se pueden engendrar por el encuentro, los entrevistados creían que el propósito del sermón se cumplió cuando se produjo tal confrontación, puesto que el enfrentamiento produjo un deseo renovado de “crecer más cerca” de Dios. Aunque la naturaleza del encuentro puede ser experimentada como un enfrentamiento, los entrevistados afirmaron que la presentación del sermón no necesita ser de naturaleza confrontacional. Para los entrevistados, el enfrentamiento ocurre en el contenido o la idea principal comunicada por el sermón y no el estilo de presentación (problemas de presentación se abordarán más adelante).

Algunos entrevistados, al describir el sermón como un encuentro con Dios, creían que el encuentro lleva un mensaje de Dios que produce sabiduría, permitiendo a los oyentes tomar decisiones personales, familiares y sociales en relación con lo que se percibe como la voluntad de Dios. Estos entrevistados creían que el sermón es un encuentro con Dios que facilita el enfoque en una identidad personal individual en relación con un distinto entendimiento religioso y moral.

En contraste, los dos entrevistados Católicos Romanos entendieron la misa en su totalidad, como un encuentro con Dios y vieron el sermón como parte de ese encuentro, pero no como una entidad separada de la misa. Esta distinción refleja las tradiciones teológicas que separan a los Católicos Romanos y Protestantes sobre la naturaleza del sermón. Mientras que la doctrina Católica Romana y la práctica coloca a un nivel de importancia a la Liturgia de la Palabra, que incluye la homilía o el sermón, la Eucaristía ocupa

un lugar de más alta estima dentro de la misa⁴⁸ En contraste, los Protestantes mantienen en mayor consideración la lectura de las escrituras y el sermón en sí.⁴⁹ Mientras que los dos entrevistados Católicos Romanos mantuvieron una creencia diferente del propósito del sermón en sí, es importante tener en cuenta que ellos creían que el sermón era herramienta importante para el desarrollo personal moral/ético.

La Biblia como la fundación del sermón

Casi por unanimidad, los entrevistados (los dos entrevistados Católicos Romanos siendo la excepción) creen que el sermón debe estar basado en la Biblia. Por “basado en la Biblia,” los entrevistados declararon que los predicadores deben usar una porción de la Biblia para que diseñen el mensaje del sermón. Además, una gran parte de los entrevistados expresaron una preferencia por los sermones que explican lo que significa una porción particular o porciones de la Biblia, y cómo las ideas dentro de ese texto pueden y deberían informar las decisiones morales/éticas del individuo. Para los entrevistados, la idea de la Biblia como el fundamento del sermón tiene una correlación directa con el propósito del sermón como un encuentro con Dios. Por lo tanto, en sus mentes, el sermón puede cumplir su propósito como un encuentro con Dios, cuando el sermón esta basado en la Biblia. Además, la mayoría de los entrevistados cree que cuando el sermón no está basado en la Biblia carece de autoridad trascendental o donación. Por último, los entrevistados afirmaron que no tenían ninguna preferencia sobre cuantos textos (uno solo o múltiples) de la Biblia debían ser utilizados para elaborar el sermón. Por lo tanto, el énfasis expresado estuvo en el uso de la Biblia, y como fue explicado en lugar de una preferencia para un sermón temático o textual.

Una vez más, los dos entrevistados Católicos Romanos difirieron de sus homólogos Protestantes en esta idea y no pusieron importancia al uso de la Biblia como la base para el sermón. Los dos individuos reconocieron la importancia de la Biblia. Sin embargo, consideran que el sermón podría estar basado también en otros textos religiosos dentro de la tradición Cristiana, es decir, los escritos de los Santos, los Papas, los teólogos de la iglesia, y/o las experiencias personales del predicador. Esta distinción con sus homólogos Protestantes podría ser reflexiva del énfasis que los Protestantes ponen en el uso y la centralidad de la Biblia en la vida Cristiana y la predicación.⁵⁰

Identificación con el Predicador

La última de las tres ideas fundamentales es la identificación del oyente con el predicador. Para los entrevistados, este fue un aspecto crucial de la

experiencia del sermón. Mientras que los entrevistados no reconocieron abiertamente esta idea, las entrevistas revelaron que para la mayoría de ellos(as), su relación con el predicador, la identidad personal y religiosa del predicador dentro y fuera del momento de predicación, cómo el predicador usa la Biblia para preparar el sermón, y cómo el predicador interactúa con la audiencia fuera del momento de predicación tuvo un impacto significativo en la calidad del sermón. Tal visión de la relación de los oyentes del sermón con el predicador, se correlaciona con la idea de identificación desarrollada por Kenneth Burke.⁵¹

Para los entrevistados, la identificación ocurre a través de fuentes diferentes: la correlación de la vida privada del predicador a su vida pública religiosa; el compromiso personal percibido en la parte del predicador para el bienestar de la iglesia local o comunidad religiosa; y el nivel de franqueza del predicador al compartir sus luchas espirituales, emocionales o personales en relación con el mensaje que se transmitió en el sermón. Según los entrevistados, estas características personales, las cuales ellos usan para relacionarse o identificarse con el predicador, ayudándoles a interactuar con el sermón a nivel emocional y religioso.

Las Características de un Buen Sermón

Las entrevistas revelaron tres características principales de un “buen” sermón para los oyentes Hispanos(as)/Latinos(as) de sermones en los EEUU. Estas tres características se enfocan en el contenido del sermón. Había también un conjunto de características secundarias que salieron de los datos que pueden ser entendidos bajo la rúbrica de la presentación del sermón.

La característica más consistente identificada por los entrevistados fue la idea de que un “buen” sermón es transformacional. Según los entrevistados, ya que el sermón es un encuentro con Dios y está basado en la Biblia, entonces un “buen” sermón es transformacional. Para los entrevistados, un “buen” sermón reta a los oyentes individualmente y a la comunidad en su totalidad para vivir de manera diferente. Para los entrevistados, esta reorientación del comportamiento es reflejado a través de un realineamiento de la identidad del individuo en relación con Dios. Como se indicó anteriormente, este enfrentamiento puede ser difícil emocionalmente. Como lo explicó María (de 26 años de edad y madre de dos), “...el sermón debe perforar tu vida..., tiene que obligarme a decir “Tengo que cambiar esto o aquello...” Sin embargo, los entrevistados entendieron la confrontación como parte de un proceso de desarrollo espiritual, emocional, o moral/ético, en el que para los entrevistados hace que el individuo sea más reflexivo del carácter de Dios. Según los entrevistados, un “buen” sermón logra este objetivo ofreciendo una visión de un estilo de vida que refleja las enseñanzas bíblicas. Algunos de

los entrevistados expresaron esta transformación en términos muy prácticos, tales como ser un mejor padre o empleado o hija, o cómo enfrentar mejor los desafíos de la vida cotidiana. No obstante, la idea fue de transformación. Joel un oficial de policía de 32 años de edad explica, "...el Espíritu Santo controla lo que la persona oye... Dios usa esa palabra específica para enseñar una idea específica... para un propósito específico en mi vida... para que yo pueda hacer la voluntad de Dios."

En contraste con la opinión popular, los entrevistados rechazan la idea del sermón como un discurso motivacional. Por discurso motivacional, los entrevistados se refieren a un sermón diseñado y enfocado en el propósito de engendrar la autoayuda y el empoderamiento personal para lograr objetivos personales. La mayoría de los entrevistados expresó la creencia que un discurso motivacional es superficial y no produce el cambio espiritual deseado. Sin embargo, ellos(as) creen que un sermón puede tener elementos motivacionales, como la idea de que un individuo es capaz de afectar cambios en su comportamiento y estilo de vida, y que el individuo está dotado por Dios con los recursos necesarios para abordar los retos personales. No obstante, ellos(as) creían que estos ideales personales sólo pueden lograrse a través de la experiencia sobrenatural y trascendental de Dios en la vida del individuo, y que el sermón debe ser reflexivo de esa idea y no el auto-empoderamiento encontrado en discursos motivacionales contemporáneos.

La segunda característica que surgió de las entrevistas es la idea que un "buen" sermón resuena con la Verdad. Los entrevistados creen que un "buen" sermón "resuena" verdadero en relación con la experiencia cotidiana de los oyentes, y la intersección de los planes de Dios o voluntad con esa experiencia. Para Milagros, una banquera de 42 años de edad, el sermón tiene que ser "un espejo en el que veo mi vida como es". De la misma manera, Charlie un barbero de 34 años de edad, describió el sermón como al reflexionar, "... la historia de mi vida... los retos que enfrento." Mientras Aradi una mujer jubilada de 62 años, declaró: "Quiero escuchar cómo mi vida va a intersectarse con la voluntad de Dios". La idea de que un "buen" sermón resuena con la verdad refleja un deseo de tener un encuentro auténtico con Dios que trasciende lo mundano y proporciona al oyente con una visión alternativa o narrativa de vida basada en la voluntad de Dios. Cuando se profundizó sobre este tema, los entrevistados creían que esta característica es desarrollada cuando el predicador es honesto. José, un estudiante de 21 años de edad, declaró: "el predicador... no evita tirar 'golpes'... no tiene miedo de incomodar a la gente." La idea de que el sermón resuene con la verdad, según lo descrito por los entrevistados, se correlaciona con el "paradigma de narrativa" de Fisher y el papel que MacIntyre asigna a la narrativa en su teoría moral.⁵² Ambos argumentan que los seres humanos utilizan narrativas como el medio para

entender y procesar declaraciones de verdad o ideas. Esto conduce al uso de las narrativas para ayudarnos a llegar a decisiones morales/éticas. El deseo de los entrevistados para que el sermón consista de una narrativa verdadera y su uso de la narrativa de sermón como un medio para incorporar su narrativa personal a la narrativa bíblica confirma las ideas de Fisher y MacIntyre, y la necesidad de los predicadores en asegurarse de que el sermón se convierta en un punto de intersección entre la narrativa de Dios y la narrativa de los oyentes con el fin de fomentar la transformación.

La última de las tres características de un “buen” sermón conecta la Biblia a la vida cotidiana. Los entrevistados casi en unanimidad estaban de acuerdo que un “buen” sermón ayuda a la audiencia a conectar las ideas y enseñanzas de la Biblia con los retos y experiencias de la vida cotidiana. La idea es para que la audiencia vea como las enseñanzas bíblicas pueden informar las decisiones y las acciones que afectan a sus familiares, trabajo y sus relaciones personales; sus compromisos personales dentro de la sociedad; y sus decisiones morales/éticas. Geovani, un vendedor de 28 años de edad, explica “...el sermón necesita ser concreto, así puedo usarlo como una guía.” Mientras que Helen una maestra de 29 años de edad, declara “...el sermón necesita ser explícito sobre cómo la Biblia se aplica a mi vida.” Además, los entrevistados creían que el predicador demuestra la relevancia del texto bíblico a las experiencias de la audiencia, el deseo por cambio personal aumenta. Una vez más, los entrevistados casi unánimemente estuvieron de acuerdo de que la manera en que el predicador relaciona la Biblia a la vida cotidiana para que el predicador ilustre sus puntos con historias de la “vida real” de su propia vida o eventos relacionados con la comunidad o sociedad en general. En contraste, los entrevistados rechazaron la idea de que el predicador se enfoque en política o en asociar las enseñanzas bíblicas con la política partidista. Para los entrevistados, la relevancia de la Biblia a sus vidas cotidianas es más importante que las posibles conexiones con problemas político/sociales de la actualidad que podrían ser resaltadas por el predicador. Lizette, una técnica de computadoras de 33 años de edad, declaró: “...el sermón no es para hablar de política, yo tengo suficiente de eso en las noticias.”

Inquietudes de Presentación

Los entrevistados compartieron varios elementos (que pueden ser considerados problemas de entrega o presentación) que en su opinión fueron críticos para la experiencia de un “buen” sermón. No hubo un conjunto unánime de características en esta área. Sin embargo, algunas características o ideas fueron mencionadas varias veces. En primer lugar, un buen sermón está bien preparado y tiene una estructura organizacional fuerte. Las ideas del sermón deben fluir adecuadamente y las diferentes

partes se relacionan entre sí. Cintia, una vendedora de 32 años de edad, declaro: "...tiene que estar bien organizado y tener sentido, no improvisado." Para los entrevistados que plantearon esta idea, no hay énfasis en un diseño estructural en particular (deductivo, inductivo, o narración) mientras que el sermón esté bien organizado. En segundo lugar el predicador debe crear un sentido de conexión personal con el público utilizando un estilo conversacional con un vocabulario común, sin un tono crítico, o "hablando en tono condescendiente" a los oyentes. Claudia, una abogada de 32 años de edad, lo describió de esta manera, "... no le grites a la congregación, no seas condescendiente; háblanos claramente para que te entendamos. " El predicador también debería mantener contacto visual con el público. Algunos entrevistados se quejaron de que cuando el predicador lee el sermón se convierte en una distracción. En tercer lugar, el predicador puede y debe mostrar sus emociones, pero no debe usar histrionismo. Según los entrevistados, las actuaciones exageradas le restan importancia al momento. Como Vanessa, una cocinera desempleada de 33 años de edad, declaro: "... si te pones demasiado emocional se siente como un espectáculo, la emoción es aceptable, pero debe ser normal." Finalmente, mientras no haya acuerdo sobre la duración óptima de un "buen" sermón (algunos expresaron que una hora, otros 20 minutos), el promedio de las respuestas a la pregunta fue de 35 minutos.

Conclusión

Este proyecto de investigación logro su propósito, al identificar las características de un "buen" sermón desde la perspectiva de los oyentes Hispanos(as)/Latinos(as) en los EEUU de sermones. La identificación de estas características puede ayudar a los predicadores dentro de la comunidad Hispana/Latina de los EEUU a desarrollar sermones que tienen más probabilidad de comunicar eficazmente las ideas destinadas para los oyentes. Además, este estudio demuestra que los oyentes del sermón tienen una clara comprensión del tipo de características del sermón que hacen del evento de predicación una herramienta de comunicación religiosa efectiva. En conclusión, ya que los oyentes son capaces de identificar estas características, el estudio afirma la idea de que los oyentes son participantes activos en el evento de predicación, lo cual hace dicho evento un fenómeno donde el significado es co-creado. Esta realidad invita a los predicadores de todos los grupos étnicos dentro de los EEUU y a través del mundo para buscar un mejor entendimiento de sus oyentes y para descubrir su perspectiva en lo que hace un "buen" sermón.

A pesar de los resultados positivos del estudio, el proyecto deja algunas preguntas sin respuesta. En primer lugar, ¿podría un grupo de participantes

más grande y más diverso, crear un conjunto de características diferentes o se confirmarían estos hallazgos? Mientras los grupos de entrevistados representaron una sección transversal diversa de la comunidad Hispana/Latina en los EEUU, los entrevistados reflejaron un porcentaje más grande de graduados universitarios que el promedio nacional para los Hispanos(as)/Latinos(as) en los EEUU. Esta característica colectiva tiene la posibilidad de enmascarar algunos matices dentro de los resultados. En segundo lugar, ¿podría una representación más grande de participantes Católicos Romanos crear un conjunto de características diferentes? El número de Católicos Romanos entrevistados no es representativo del porcentaje de Católicos Romanos entre la comunidad Hispana/Latina. Tal variación podría tener un efecto en las características identificadas. Dadas las diferencias teológicas y sociológicas entre Católicos Romanos y Protestantes puede ser más efectivo conducir por separado estudios dentro de cada una de estas comunidades y luego comparar resultados. En tercer lugar, ¿cuáles son las emociones o respuesta emocional que un “sermón” produce en el oyente? ¿Qué papel juegan las emociones en el procedimiento de los mensajes recibidos a través del predicador? Esta es una área que va más allá del ámbito del estudio; sin embargo, podría ser una contribución importante a nuestro entendimiento del papel que el sermón juega en la vida del individuo y la comunidad más allá de la esfera religiosa y ética. Por último, ¿cómo los resultados de este estudio se comparan a la idea de un “buen” sermón dentro de otros grupos étnicos dentro de los Estados Unidos? El grupo enfocado de este estudio fue la comunidad Hispana/Latina en los EEUU y la experiencia vivida por esa comunidad; sin embargo, al tratar de entender cómo un grupo étnico se compara con otros puede ayudar a educadores en seminarios y escuelas teológicas en el proceso de diseñar currículo para la preparación del clero.

La predicación es una tarea compleja. Sin embargo, escuchar a los oyentes puede ayudar al predicador a comunicarse más eficazmente y quizás podría lograr mejores resultados. Por lo tanto, este estudio ha comenzado un proceso de ayudar a los predicadores dentro de la comunidad Hispana/Latina de los EEUU a convertirse en mejores comunicadores. Al ayudar a estos predicadores a desarrollar una mejor comprensión de su audiencia, el proceso de comunicación efectiva con su audiencia puede mejorar dramáticamente. Espero que este estudio se convierta en el comienzo de una conversación y una fuente de información que beneficiará a la iglesia Hispana/Latina en los EEUU y la Iglesia en general.

Notas

- ¹ Este estudio fue facilitado por una beca del Louisville Institute, Louisville, KY.
- ² Cilfton F. Guthrie, "Quantitative Empirical Studies of Preaching: A Review of Methods and Findings." *Journal of Communication and Religion*, 2007:70.
- ³ Fred B. Craddock, *Preaching*. Nashville, (TN: Abingdon Press) 1985:25.
- ⁴ Cilfton F. Guthrie, "Quantitative Empirical Studies of Preaching: A Review of Methods and Findings." *Journal of Communication and Religion*, 2007:70.
- ⁵ *Ibid.*, 65.
- ⁶ Gregory Kneidel, "Homiletics." *Oxford University Press* - US. January 29, 2001. <http://www.oup.com/us/pdf/rhetoric/homiletics.pdf>.
- ⁷ Paul S. Wilson, *Preaching and Homiletical Theory*. St. Louis, MO: Chalice Press, 2004:2.
- ⁸ Karl Barth. *Homiletics*. Louisville, KY: Westminster/John Knox Press, 1991:17.
- ⁹ Paul S. Wilson, *Preaching and Homiletical Theory*. St. Louis, MO: Chalice Press, 2004:152-153.
- ¹⁰ Lori Carrell, *The Great American Sermon Survey*. Wheaton, IL: Mainstay Church Resources, 2000; Coggan, Donald. *Preaching: The Sacrament of the Word*. New York: The Crossroad Publishing Co., 1988; Fred B. Craddock, *Preaching*. Nashville, TN: Abingdon Press, 1985.
- ¹¹ Fred B. Craddock, *Preaching*. Nashville, TN: Abingdon Press, 1985:31.
- ¹² James W. Carey, "A Cultural Approach to Communion." En *Theorizing Communication: Readings Across Traditions*, eds. Robert T. Craig y Heidi L. Muller (Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc., 2007), 43.
- ¹³ Bryan Chapell, *Christ-Centered Preaching: Redeming the Expository Sermon*, 2nd Ed. Grand Rapids, MI: Baker Academic, 2005:267.
- ¹⁴ Fred B. Craddock, "Inductive Preaching Renewed." en *The Renewed Homiletic*, ed. O. Wesley Allen, Jr. (Minneapolis, MN: Fortress Press 2010), 54.
- ¹⁵ Geroge H. Mead, "The Social Foundations and Functions of Thought and Communication." en *Theorizing Communication: Readings Across Traditions*, eds. Robert T. Craig y Heidi L. Muller (Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc., 2007), 376.
- ¹⁶ Yo utilizo este término para referirme a la cultura que es desarrollada por grupos étnicos, y para distinguir la de otros tipos de culturas que son desarrolladas por grupos sociales.
- ¹⁷ Child Safety Services, Queensland Government, Australia. "Intercountry Adoptive Parent Education: Definition of ethnicity, culture and Identity (Module 6)." *Child Safety Services, Queensland Government*. October 19, 2007. (accessed May 3, 2009) <http://www.childsafety.qld.gov.au/adoption/education/intercountry/module6/definition-ethnicity.html>.
- ¹⁸ T. Shibusani y K. M. Kwan. *Ethnic Stratification: A Comparative Approach*. New York: Macmillan, 1965:47.
- ¹⁹ David J.Hesselgrave, *Communicating Christ Cross-Culturally: An introduction to missionary communication*, 2nd Edition. Grand Rapids, MI: Zondervan Publishing House, 1991:101-102.

²⁰ Chuck Van Engen, "Planting Multi-Ethnic Congregations in North America." *The Journal of The Society for Church Growth*, 2000:33.

²¹ Child Safety Services, Queensland Government, Australia. "Intercountry Adoptive Parent Education: Definition of ethnicity, culture and Identity (Module 6)." *Child Safety Services, Queensland Government*. October 19, 2007. (accessed May 3, 2009) <http://www.childsafety.qld.gov.au/adoption/education/intercountry/module6/definition-ethnicity.html>.

²² Andy Crouch, *Culture Making: Recovering our Creative Calling*. Downers Grove, IL: InterVarsity Press, 2008:23.

²³ *Ibid.*, 23.

²⁴ *Ibid.*, 24.

²⁵ Orlando Crespo, *Being Latino in Christ: Finding Wholeness in Your Ethnic Identity*. Downers Grove, IL: InterVarsity Press, 2003:86.

²⁶ J.R. Jeter y R. J. Allen. *One Gospel, Many Ears: Preaching for Different Listeners in the Congregation*. St. Louis: Chalice Press, 2002:8.

²⁷ Chuck Van Engen, "Planting Multi-Ethnic Congregations in North America." *The Journal of The Society for Church Growth*, 2000:33.

²⁸ J.R. Nieman y T. G. Rogers. *Preaching to Every Pew: Cross-Cultural Strategies*. Minneapolis: Fortress Press, 2001:25-27.

²⁹ Clifton F. Guthrie, "Quantitative Empirical Studies of Preaching: A Review of Methods and Findings." *Journal of Communication and Religion*, 2007:69.

³⁰ *Ibid.*, 67.

³¹ R.J. Allen, D.P. Andrews, L.S. Bond, J.S. McClure, D.P. Moseley, y G.L. Ramsey, Jr. *Listening to Listeners: Homiletical Case Studies*. St. Louis, MO: Chalice Press, 2004.

³² Clifton F. Guthrie, "Quantitative Empirical Studies of Preaching: A Review of Methods and Findings." *Journal of Communication and Religion*, 2007.

³³ Pablo J. Rivera Madera, *Preaching to Hispanic Immigrants: Practical Advice for Effectiveness*. Bloomington, IN: Trafford Publishing, 2011.

³⁴ T.G. Rogers y M.B. de Souza, "Preaching Cross-Culturally to Spanish-Speaking U.S. Hispanic Americans." *Homiletic*, 2003.

³⁵ J.L. Gonzalez y P.A. Jimenez. *Púlpito: An Introduction to Hispanic Preaching*. Nashville, TN: Abingdon Press, 2005.

³⁶ Esto refleja el hecho de que la mayoría de homeletas Hispano (Hispana)/Latino/Latina en los EEUU han sido entrenados con los mismos libros de texto y en las mismas escuelas de pensamiento homilético que otros grupos étnicos.

³⁷ J.L. Gonzalez y P.A. Jimenez. *Púlpito: An Introduction to Hispanic Preaching*. Nashville, TN: Abingdon Press, 2005.

³⁸ Pablo A. Jiménez, *Principios de Predicación*. Nashville, TN: Abingdon Press, 2003.

³⁹ Pablo J. Rivera Madera, *Preaching to Hispanic Immigrants: Practical Advice for Effectiveness*. Bloomington, IN: Trafford Publishing, 2011.

⁴⁰ Pablo A. Jiménez, *La predicación en el siglo XXI: Actualidad, contexto, cultura, justicia social, liberación, postmodernidad*. Terrassa (BCN), Spain: Editorial CLIE, 2010.

⁴¹ J.L. Gonzalez y P.A. Jimenez. *Púlpito: An Introduction to Hispanic Preaching*.

Nashville, TN: Abingdon Press, 2005.

⁴² Pablo J. Rivera Madera, *Preaching to Hispanic Immigrants: Practical Advice for Effectiveness*. Bloomington, IN: Trafford Publishing, 2011.

⁴³ Patton, Michael Q. *Qualitative Evaluation and Research Methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc., 2002:81-84.

⁴⁴ Van Manen, Max. *Researching Lived Experience: Human Science for An Action Sensitive Pedagogy*. Albany, NY: State University of New York, 1990:2-4.

⁴⁵ Patton, Michael Q. *Qualitative Evaluation and Research Methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc., 2002:183, 407.

⁴⁶ Siguiendo la definición del Buró del Censo de los EEUU, un Hispano(a)/Latino(a) es un individuo que tiene un antecedente que se origina en Centro o Sur América, o de las islas hispanoparlantes del Mar Caribe.

⁴⁷ Clifton F. Guthrie, "Quantitative Empirical Studies of Preaching: A Review of Methods and Findings." *Journal of Communication and Religion*, 2007:70.

⁴⁸ US Conference of Catholic Bishops. "General Instructions of the Roman Missal." *US Conference of Catholic Bishops*. July 24, 2010 (accessed January 31, 2013) <http://www.usccb.org/prayer-and-worship/the-mass/general-instruction-of-the-roman-missal/>.

⁴⁹ Theodore G. Tappert, *Selected Writings of Martin Luther*. Minneapolis, MN: Fortress Press, 2007:325.

⁵⁰ Paul S. Wilson, *Preaching and Homiletical Theory*. St. Louis, MO: Chalice Press, 2004:7.

⁵¹ Kenneth Burke, *A Rhetoric of Motives*. Berkeley, CA: University of California Press, 1969. *Identificación* es el término utilizado por Burke para explicar el nivel de relación entre el público y el orador. Burke usó la palabra sustancia para referirse al conjunto de características de una persona, tales como: características físicas, creencias y valores, la educación, los antecedentes socio-económicos, etc. Cuanto más congruencia existe entre la sustancia del orador y la de la audiencia, se intensifica la *identificación*. Burke se refiere a la intersección de las dos sustancias como "consustanciación", un término que tomó prestado de la descripción teológica de Martín Lutero de lo que ocurre durante la Eucaristía.

⁵² Alasdair MacIntyre, *After Virtue. A study in moral theory* (2nd ed.). Notre Dame, IN : University of Notre Dame University Press, 1984. W.R. Fisher, *Human Communication as Narration: Toward a Philosophy of Reason, Value, and Action*. Columbia, SC: University of South Carolina Press, 1989.

Obras Citadas

Allen, Ronald J., Dale P. Andrews, L. Susan Bond, John S. McClure, Dan P. Moseley, and G. Lee Ramsey, Jr.

2004 *Listening to Listeners: Homiletical Case Studies*. St. Louis, MO: Chalice Press.

Anthropology Faculty

2004 *University of Manitoba, School of Art and Sciences*. January 1, 2004. <http://www.umanitoba.ca/anthropology/> (accessed January 27, 2004).

Barth, Karl

1991 *Homiletics*. Louisville, KY: Westminster/John Knox Press.

Burke, Kenneth

1969 *A Rhetoric of Motives*. Berkeley, CA: University of California Press.

Carey, James W.

2007 "A Cultural Approach to Communion." In *Theorizing Communication: Readings Across Traditions*, by Robert T. Craig and Heidi L. Muller, 37-49. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.

Carrell, Lori

2000 *The Great American Sermon Survey*. Wheaton, IL: Mainstay Church Resources.

Chapell, Bryan

2005 *Christ-Centered Preaching: Redeeming the Expository Sermon*, 2nd Ed. Grand Rapids, MI: Baker Academic.

Child Safety Services, Queensland Government, Australia

2009 "Intercountry Adoptive Parent Education: Definition of ethnicity, culture and Identity (Module 6)." *Child Safety Services, Queensland Government*. October 19, 2007. <http://www.childsafety.qld.gov.au/adoption/education/intercountry/module6/definition-ethnicity.html> (accessed May 3, 2009).

Coggan, Donald

1988 *Preaching: The Sacrament of the Word*. New York: The Crossroad Publishing Co.

Costas, Orlando

1991 *Comunicación Por Medio de la Predicación: Manual de Homiletica*. Nashville, TN: Grupo Nelson.

Craddock, Fred B.

2011 *Craddock on the Craft of Preaching*. St. Louis: Chalice Press.

2010 "Inductive Preaching Renewed." In *The Renewed Homiletic*, by O. Wesley Allen, Jr., 41-55. Minneapolis, MN: Fortress Press.

1985 *Preaching*. Nashville, TN: Abingdon Press.

1978 *Overbearing the Gospel: Preaching and Teaching the Faith to Persons that have heard it all before*. Nashville, TN: Abingdon Press.

- Crespo, Orlando
2003 *Being Latino in Christ: Finding Wholeness in Your Ethnic Identity*. Downers Grove, IL: InterVarsity Press.
- Crouch, Andy
2008 *Culture Making: Recovering our Creative Calling*. Downers Grove, IL: InterVarsity Press.
- Davis, Kenneth G., and Jorge L. Premanes, eds.
2000 *Preaching and Culture in Latino Congregations*. Chicago: Liturgy Training Publications.
- Fisher, Walter R.
1989 *Human Communication as Narration: Toward a Philosophy of Reason, Value, and Action*. Columbus, SC: University of South Carolina Press.
- Glenister Roberts, Kathleen
2004 "Texturing the Narrative Paradigm; Folklore and Communication." *Communication Quaterly*, 2004: 129-142.
- Gonzalez, Justo L., and Pablo A. Jimenez
2005 *Púlpito: An Introduction to Hispanic Preaching*. Nashville, TN: Abingdon Press.
- Guthrie, Cifton F.
2007 "Quantitative Empirical Studies of Preaching: A Review of Methods and Findings." *Journal of Communication and Religion*, 2007: 65-117.
- Hesselgrave, David J.
1991 *Communicating Christ Cross-Culturally: An introduction to missionary communication*, 2nd Edition. Grand Rapids, MI: Zondervan Publishing House.
- Jeter, Joseph R., and Ronald J. Allen
2002 *One Gospel, Many Ears: Preaching for Different Listeners in the Congregation*. St. Louis: Chalice Press.
- Jiménez, Pablo A.
2010 *La predicación en el siglo XXI: Actualidad, contexto, cultura, justicia social, liberación, postmodernidad*. Terrassa (BCN), Spain: Editorial CLIE.
2003 *Principios de Predicación*. Nashville, TN: Abingdon Press.
- Kneidel, Gregory
2001 "Homiletics." *Oxford University Press* - US. January 29, 2001. <http://www.oup.com/us/pdf/rhetoric/homiletics.pdf>.
- Law, Eric H.F.
1993 *The Wolf Shall Dwell with the Lamb: A Spirituality for Leadership in a Multicultural Community*. St. Louis, MO: Chalice Press.
- MacIntyre, Alasdair
1984 *After Virtue: A study in moral theory*, 2nd Ed. Notre Dame, IN : University of Notre Dame University Press.

- Mead, George H.
2007 "The Social Foundations and Functions of Thought and Communication." In *Theorizing Communication: Readings Across Traditions*, by Robert T. Craig and Heidi L. Muller, 371-376. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
- Miller, Calvin
2006 *Preaching: The Art of Narrative Exposition*. Grand Rapids, MI: Baker Books.
- Muehlhoof, Tim, and Todd V. Lewis
2010 *Authentic Communication: Christian Speech Engaging Culture*. Downers Grove, IL: InterVarsity Press.
- Nieman, James R., and Thomas G. Rogers
2001 *Preaching to Every Pen: Cross-Cultural Strategies*. Minneapolis: Fortress Press.
- Patton, Michael Q.
2002 *Qualitative Evaluation and Research Methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
- Reid, Robert S.
2008 "Rhetoric." In *The New Interpreters Handbook of Preaching*, by Paul Scott, (General Editor) Wilson, 343-346. Nashville, TN: Abingdon Press.
- Reu, Johann Michael, and Albert Steinhäuser (translator)
1967 (1922) *Homiletics*. Grand Rapids, MI: Baker Books.
- Rivera Madera, Pablo J.
2011 *Preaching to Hispanic Immigrants: Practical Advice for Effectiveness*. Bloomington, IN: Trafford Publishing.
- Robinson, Haddon W.
2001 *Biblical Preaching: The Development and Delivery of Expository Messages*, 2nd Ed. Grand Rapids, MI: Baker Academic.
- Rogers, Thomas G. , and Mauro B. de Souza
2003 "Preaching Cross-Culturally to Spanish-Speaking U.S. Hispanic Americans." *Homiletic*, 2003: 1-10.
- Schultze, Quentin J.
2000 *Communicating for Life: Christian Stewardship in Community and Media*. Grand Rapids, MI: Baker Academic.
- Shibutani, Tamotsu, and Kian M Kwan
1965 *Ethnic Stratification: A Comparative Approach*. New York: Macmillan.
- Tappert, Theodore G.
2007 *Selected Writings of Martin Luther*. Minneapolis, MN: Fortress Press.
- US Census Bureau
2012 "Hispanic Population in the United States." *US Census Bureau*. January 1, 2012. <http://www.census.gov/population/www/socdemo/hispanic/h000def.html> (accessed April 21, 2012).

US Conference of Catholic Bishops

- 2010 "General Instructions of the Roman Missal." *US Conference of Catholic Bishops*. July 24, 2010. <http://www.usccb.org/prayer-and-worship/the-mass/general-instruction-of-the-roman-missal/>.

Van Engen, Chuck

- 2000 "Planting Multi-Ethnic Congregations in North America." *The Journal of The Society for Church Growth*, 2000: 3-71.

Van Manen, Max

- 1990 *Researching Lived Experience: Human Science for An Action Sensitive Pedagogy*. Albany, NY: State University of New York.

Wagner, C. Peter

- 1979 *Our Kind of People: The Ethical Dimensions of Church Growth in America*. Atlanta: John Knox Press.

Wenig, Scott A.

- 1998 "Biblical Preaching That Adapts and Contextualizes." In *The Big Idea of Biblical Preaching: Connecting the Bible to People*, by Scott M. Gidson and Keith Willhite, eds., 25-38. Grand Rapids, MI: Baker Books.

Wilson, Paul Scott

- 2008 "New Homiletic." In *The New Interpreter's Handbook of Preaching*, by Paul Scott (General Editor) Wilson, 398-401. Nashville, TN: Abingdon.
- 2004 *Preaching and Homiletical Theory*. St. Louis, MO: Chalice Press.



Mujer Cubana en Necesidad de Sanación

del resto de Latinoamérica.¹² Mientras que el Pentecostalismo moderno en Latinoamérica puede verse muy diferente de lo que A.A. Allen se imaginó, a menudo todavía tiene una fuerte creencia en el poder del Espíritu Santo para sanar y traer milagros en medio de la vida diaria. La vida de A.A. Allen una vez más nos muestra que aún con los muchos defectos de los seres humanos, Dios tiene una manera de usar a todos esos que se esfuerzan por seguir a Jesucristo.

Los archivos de la Biblioteca B.L. Fisher están abiertos para investigadores y para trabajos que promocionan investigación en la historia del Metodismo y el movimiento de Santidad-Wesleyano. Imágenes, tales como éstas, proveen una manera vital de hacer que la historia tenga vida. La preservación de tales materiales a menudo lleva mucho tiempo y es costoso, pero es esencial para ayudar a llevar a cabo la misión del Seminario Teológico Asbury. Si usted está interesado en donar artículos de significado histórico a los archivos de la Biblioteca B.L. Fisher, o en donar fondos para ayudar a comprar o para procesar colecciones significativas, por favor póngase en contacto con el archivista en archives@asburyseminary.edu.

Notas

¹ Todas las imágenes fotográficas son usadas por cortesía de los Archivos de la Biblioteca B.L. Fisher del Seminario Teológico Asbury que posee todos los derechos de estas imágenes digitales. Por favor contáctelos directamente si está interesado en obtener permiso para volver a usar estas imágenes.

² Información biográfica para este artículo proviene de material de archivo de B.L. Fisher tan bien como del sitio de web Miracle Valley (Valle de los Milagros) (<http://miraclevalley.org/aaallen.html>) y el sitio de web La Voz de Sanación (Voice of Healing) (<http://www.voiceofhealing.info/05otherministries/allen.html>).

³ Los archivos de la Biblioteca B.L. Fisher contienen muchos ejemplares de *La Revista Milagro* de A.A. Allen y sus otros folletos y tratados, también copias de los documentos legales y recortes de periódicos del caso de manejo bajo la influencia en Knoxville.

⁴ Ver Luis M. Ortiz, “4 Years of Miracles: A Quick Work in Cuba” (“4 Años de Milagros: Un Trabajo Rápido en Cuba”) en *Miracle Magazine (La Revista Milagro)*, vol. 3 (9), Junio 1958, página 9.

⁵ Ver anónimo, “New Revival Center Opens In Santiago de Cuba” (“Centro de Reavivamiento Nuevo Abre en Santiago de Cuba”) en *Miracle Magazine (La Revista Milagro)*, vol. 1 (8), Mayo 1956, página 18.

⁶ Ver anónimo, “La Hora de Liberación”, en *Miracle Magazine (La Revista Milagro)*, vol. 1 (7), Abril 1956, página 15, y anónimo, “Forward in Radio” (“Hacia Adelante en Radio”), en *Miracle Magazine (La Revista Milagro)*, vol. 1 (1), Octubre 1955, páginas 16-17.

⁷ Ver anónimo, “Missionary Night” (“Noche Misionera”), en *Miracle Magazine (La Revista Milagro)*, vol. 4 (6), Marzo 1959, página 18, anónimo, “Young Missionaries Face Persecution For the Gospel” (“Jóvenes Misioneros Enfrentan Persecución por el Evangelio”), en *Miracle Magazine (La Revista Milagro)*, vol. 5 (1), Octubre 1959, página 10, y Daniel Smith, “Revival Fire Still Burning” (“El Fuego del Reavivamiento Esta Todavía Ardiendo”), en *Miracle Magazine (La Revista Milagro)*, vol. 7 (2), Noviembre 1961, páginas 12-13.

⁸ Ver anónimo, “Miracle Revival Tent in Cuba” (“Reavivamiento de Tienda de Campaña y Milagro en Cuba”), en *Miracle Magazine (La Revista Milagro)*, vol. 4 (9), Junio 1959, página 12.

⁹ Ver anónimo, “The Islands Call” (“La Llamada de las Islas”), en *Miracle Magazine (La Revista Milagro)*, vol. 6 (1), Octubre 1960, páginas 6-7.

¹⁰ Hay un ejemplar especial misionero de *La Revista Milagro* que cubre el Reavivamiento Venezolano en el vol. 6 (8) de Mayo 1961.

¹¹ Los archivos de la Biblioteca B.L. Fisher también contienen una copia del reporte del forense, objetos de interés del funeral y del servicio en memoria de A.A. Allen, también otros recortes de periódicos sobre su vida y muerte.

¹² Estadísticas de la Base de Datos de Mundo Cristiano, recuperado el 11 de Septiembre de 2013. Para leer más sobre el crecimiento del Pentecostalismo en Cuba vea el artículo de Nick Miroff, “Religion: Born Again in Cuba” (“Religión: Nacido de Nuevo en Cuba”) de *The Global Post (El Puesto Global)*, 16 de Octubre de 2010, recuperado en: <http://www.globalpost.com/dispatch/cuba/101005/evangelical-christianity-pentecostal-church>.