

Usos de estrategias persuasivas en el discurso religioso digital de católicos, protestantes y testigos de Jehová

Uses of Persuasive Strategies in the Digital Religious Discourse
of Catholics, Protestants and Jehovah's Witnesses

Liliana Vásquez-Rocca y Magaly Varas

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso

l_rocca@hotmail.com
magalyvaras@gmail.com

Resumen

La religión puede ser entendida como un lenguaje, ya que es un tipo de construcción simbólica mediante la cual se “aprehende” la realidad (Bourdieu) y que permite que las personas conciben al mundo de determinada forma. Hasta ahora, las investigaciones lingüísticas se han centrado en las encíclicas o los sermones, sin embargo, ha sido escasa su exploración en textos del nuevo espacio virtual. Así, nuestro objetivo es describir y comparar las estrategias persuasivas usadas en los discursos de tres credos en sitios web representativos, para aproximarnos a su concepción de mundo configurada en Internet. Tras el análisis, los hallazgos muestran que los tres credos no aprovechan las potencialidades digitales, manteniendo la lógica autoritaria de este tipo de discurso (Orlandi).

Palabras clave: discurso religioso, discurso electrónico, metáforas, modalidades enunciativas

Abstract

Religion can be understood as a language because it's a form of symbolic construction through which reality is “apprehended” (Bourdieu), which allows people to visualize the world in a certain way. Up until now, linguistic research has focused on encyclicals or sermons, but there has been little to no exploration of texts from the new virtual space. Thus, our aim is to describe and compare the persuasive strategies used in the discourse of three faiths on representative websites, in order to get a closer look at their notion of the world construed on the Internet. After the analysis, the findings show that none of the three take advantage of digital potentials, maintaining the authoritarian logic of this type of discourse (Orlandi).

Keywords: religious discourse, electronic discourse, metaphor, enunciative modality

Fecha de recepción: 9 de junio de 2018 | Fecha de aceptación: 5 de septiembre de 2018

Introducción

En la última década, el tema religioso ha cobrado relevancia e interés social debido a diversos hechos que se han suscitado a nivel mundial, como el aumento de actos terroristas fundamentalistas, el descubrimiento de numerosos casos de corrupción en la Iglesia Católica mundial, las apostasías masivas debido a los desacuerdos con las opiniones de las autoridades eclesiásticas, entre otros, lo cual se suma al estancamiento de la afiliación a las religiones cristianas (Pew Research Center). Producto de este escenario, se ha puesto en la palestra la temática religiosa a través del estudio de los sistemas de creencias a partir de diferentes puntos de vista.

En particular, en este estudio, queremos abordar la dimensión lingüística de tres credos religiosos, debido a que la religión puede ser concebida como lenguaje en cuanto es un tipo de construcción simbólica por medio del cual se “aprehende” la realidad, es decir, es un modo de conocimiento (Bourdieu). Así, la religión entendida como un instrumento de conocimiento o “medium simbólico”, sería la condición que posibilita el acuerdo en torno al sentido de los signos y, en definitiva, el sentido del mundo que se construye en cada credo, contribuyendo a la estructuración de la percepción y del pensamiento del mundo de cada grupo.

Por su parte, Orlandi, desde una dimensión pragmática, caracteriza el discurso religioso como aquel dotado de una interpretación monosémica de sus escrituras y enunciados; marcado por reglas estrictas que buscan persuadir a sus feligreses, además de ser formulado a través de representantes mediante una relación jerárquica simbólica. Por último, Orlandi señala que en el discurso religioso existe una asimetría entre sus participantes, dada por una fuerte jerarquía, los cuales buscan alcanzar la promesa de salvación y evitar la condena.

Uno de los sistemas de creencias más importante en la cultura occidental es el cristianismo, el cual se ha convertido en una importante influencia en la concepción del mundo de aquellos que siguen un credo. En el siglo xx, Weber lo incluyó como uno de los cinco grandes sistemas de creencias en un estudio que realizó acerca de las religiones. En cuanto a su influencia, en gran parte de Europa y de América se evidencia una amplia cantidad de fieles que profesan el cristianismo;

con un 31.4 por ciento de la población mundial que se declara como parte del grupo de religiones denominadas cristianas, siendo hasta la actualidad el más importante grupo de Occidente (Pew Research Center).

El cristianismo se caracteriza, principalmente, por la idea de la salvación representada en Jesucristo, es decir, la promesa de una vida más allá de la que conocemos y la creencia en un Dios supremo, omnipresente. Dentro de los cristianos, los más representativos son los católicos, los protestantes y los Testigos de Jehová (TTJ). Estos tres credos religiosos establecen ciertos patrones de pensamiento y conducta que sus feligreses deben seguir y que determinan el ordenamiento de la vida y su rol en la sociedad, a través de doctrinas y rutinas, características propias de la práctica religiosa (Orlandi).

Este discurso religioso del cristianismo se ha tenido que adaptar también a los tiempos actuales con el surgimiento de Internet en la década de los noventa. Esta red, que permite nuevas formas de comunicación, ha obligado, en cierta medida, a que la mayoría de las instituciones y organizaciones humanas migren sus discursos hacia este nuevo espacio de interacción, siguiendo a sus audiencias (Vilches) sin dejar de mantener sus vías tradicionales.

En este nuevo marco que enfrentan las organizaciones, donde las instituciones religiosas no han estado ajenas, uno de los fenómenos que ha mutado es la manera en que fluye la información y, por tanto, la comunicación, en términos de dirección y acción. Esto quiere decir que en Internet hay disponible una infraestructura que permite a las audiencias pasivas volverse generadoras de contenido (Androutsopoulos), es decir, se pasó de una audiencia pasiva a un prosumidor (Abellán-García). En este sentido, de acuerdo a Tolosa (*Las redes sociales*), antes del surgimiento de las plataformas digitales los receptores eran más bien pasivos de las verdades que enviaban aquellos que controlaban la información. Sin embargo, hoy en día están expuestas al escrutinio y la duda constante por parte de las audiencias que transitan por estos nuevos entornos. De esta manera, el discurso religioso también ha debido adaptarse al nuevo espacio virtual, lo que genera un cambio en el uso del lenguaje (Crystal).

En este contexto, esta investigación, a diferencia de otros estudios que han analizado el discurso religioso como el sermón, las encíclicas o los textos normativos (Bonnin; Acebal, *La construcción discursiva*; Vitale; Arnoux), nos interesa

explorar el discurso religioso en las tres religiones antes mencionadas (católicos, protestantes y Testigos de Jehová), pero, en este caso, en aquellos textos producidos en las nuevas plataformas del espacio público virtual configuradas en Internet, un espacio enunciativo donde una variedad de intereses declaman sus orígenes, mitos y tendencias futuras (Scolari).

Por lo anterior, este estudio se pregunta cómo utilizan el lenguaje los tres credos más representativos del cristianismo (católicos, protestantes y TTJJ) para persuadir a sus feligreses en el nuevo espacio público virtual. Nuestro estudio busca explorar posibles respuestas a esta pregunta y, para ello, nos hemos focalizado en dos estrategias discursivas en las que se puede observar la persuasión, esto es, la modalidad enunciativa y el uso de expresiones metafóricas, lo que lleva a plantearnos como objetivo la descripción de dichas estrategias en los tres credos religiosos cristianos en el marco de las nuevas plataformas tecnológicas. Se considera la revisión de tres sitios web representativos, uno de cada credo, en el que se analizó específicamente el tipo de texto denominado Consejo Espiritual Online (CEO), que tienen en común los tres credos.

En el siguiente apartado, se presenta el marco teórico en el que se aborda la relación entre religión y lenguaje, lo que se traduce como discurso religioso, luego se desarrolla, brevemente por temas de espacio, el tránsito del discurso religioso a la plataforma digital. A continuación, se expone la concepción de las estrategias persuasivas elegidas para el análisis en este estudio. Posteriormente, se plantean las elecciones metodológicas tomadas, para luego presentar los resultados y conclusiones a las que se ha llegado.

1. El lenguaje como transmisor de una concepción religiosa del mundo

Según Bourdieu, la religión puede ser concebida como lenguaje en el sentido que es un tipo de construcción simbólica por medio del cual se aprehende la realidad, es decir, es una manera en que el ser humano conoce y percibe el mundo, principalmente, social.

[...] la religión contribuye de manera impositiva, pero de forma disimulada, de los principios de estructuración de la percepción y del pensamiento del mundo y, en particular, del mundo social, en la medida en que ella impone un sistema de prácticas y representaciones cuya estructura, objetivamente fundada en un principio de división política, se presenta como la estructura natural-sobrenatural del cosmos. (Bourdieu 37)

Al entender la religión como una lengua, entonces lo que hacemos es plantear que esta comunica significados que sólo cobran sentido en el marco de un tipo de sistema de creencias. De esta manera, las religiones imponen ciertas formas de ver el mundo que se desvelan en las manifestaciones del lenguaje que presentan los líderes religiosos, así como también sus fieles. Es a través del lenguaje que es posible acceder a la percepción que un determinado credo tiene de su realidad, la cual es compartida con el grupo al que pertenece y que no siempre es transparente para otros creyentes. Este sistema de creencias de cada credo se condice con una ideología que entendemos, en un sentido amplio, como aquel conjunto de creencias que permean el discurso de un grupo social que comparte esas ideas, ya que consideramos, siguiendo a Berger y Luckmann, que no hay pensamiento humano no ideologizado.

Con el concepto general de ideología se alcanza el nivel de la sociología del conocimiento, la comprensión de que no hay pensamiento humano (con las únicas excepciones ya mencionadas) que esté inmune a las influencias ideologizantes de su contexto social. (Berger y Luckmann 10)

De esta manera, las ideologías se adquieren, reproducen, cambian y transportan a través del discurso (Van Dijk) y, en este caso, la religión aparece a través de los discursos que los líderes realizan y de las prácticas por parte de los fieles que son parte de una determinada religión.

Basados en esta premisa que sostiene que la religión impone un modo de conocimiento fundamentado en el lenguaje, hemos seguido la propuesta de Baeza (*Imaginario sociales religiosos*), quien construye una taxonomía de las concepciones religiosas en Chile. En este sentido, el autor distingue dos matrices de visiones de mundo en el imaginario social de la religión y, por tanto, de otorgamiento de

sentido que cada religión da a la existencia. En primer lugar, la perspectiva extramundo, en que la existencia en el mundo se relativiza puesto que la promesa de una vida eterna provoca que el creyente conciba su vida como “de paso en el mundo” que sólo tiene sentido en la medida que contribuye a obtener la promesa final. Este fundamento religioso se traduce en un acatamiento de la voluntad divina inexorable.

En esta visión extramundo, siguiendo a Baeza (*Mundo real, mundo imaginario social*), encontramos dos formas de concebir esta construcción: una positiva y otra negativa. El modelo negativo corresponde a una satanización del mundo en el que la vida cotidiana tiene sentido en la medida en que se reduce a rudos combates al interior de intervalos de espera en que se pueda concretar la suprema promesa de la vida eterna. Desde esta perspectiva, la construcción de mundo implica la representación de un enemigo, generalmente identificado como el demonio. Es aquí donde, según el autor, podemos situar a la religión protestante y a los TTJJ. Ambas religiones muestran en las actividades rutinarias de los fieles esta concepción de seres disciplinados y racionalizados.

Para el modelo positivo, denominado por Baeza (*Imaginario sociales religiosos*) como el de contemplación de un orden sagrado predomina la idea de que existe un orden superior o divino, intocable, en el que no es posible concebir una alteración de los fundamentos de su creencia religiosa. Así, Dios es el que ha fijado los límites de la acción humana, de sus propias criaturas. De acuerdo a esta perspectiva, el foco se centra en el hombre y la vida se convierte en un “supremo regalo”. En esta posición se ubicarían los católicos más activos que regularmente asisten a la iglesia.

En segundo lugar, en la visión denominada intramundo, la vida humana tiene una centralidad indiscutible, impostergable. Según Baeza (*Mundo real, mundo imaginario social*) en este modelo encontramos tres formas de concebir el mundo: el modelo de religiosidad mínima, el de intervención autolimitada y el de intervención crítica. En relación al primero, el individuo construye a Dios a su imagen y semejanza y, por tanto, le otorga gran autonomía en la vida cotidiana. El intramundo de esta perspectiva admite la idea de un Ser Supremo, pero con menor probabilidad la concepción de un otorgador de eternidad. Esto provoca una autovaloración de una determinada rectitud de actos que proporcionan cierta tranquilidad frente a la hipótesis de un juicio divino.

En la visión intramundana de intervención autolimitada el individuo concibe el mundo como una entrega de Dios al hombre, por lo que este último asume entera responsabilidad de él de modo imperativo, mientras que Dios juzgará al hombre por sus actos en este mundo, premiando la práctica del amor al prójimo y penalizando la pasividad, el hedonismo, entre otros. Dado que en este imaginario el creyente piensa que existen límites de intervención humana no evidenciados por Dios, quizás el actuar sin rectitud tendría represalias divinas. Lo anterior provoca que el individuo no se aleje de los dogmas religiosos. Aquí se ubicarían los católicos que viven la religiosidad sin estar tan vinculados a la tradición de asistir a una iglesia regularmente.

Por último, el modelo de intervención crítica plantea que si bien el hombre tiene una autonomía en este mundo, también tiene mandatos morales. En esta perspectiva, el concepto de “pecado original” se asocia con el sistema capitalista, por tanto, la intervención humana tiene un sentido vinculado al compromiso social y político asociado a cambiar el orden/desorden social existente. En este modelo, el reino de Dios comienza a constituirse en este mundo.

En resumen, en cuanto a la visión intramundo se presenta una centralidad del individuo en cuanto a que la vida en este mundo tiene un sentido más trascendente que en la visión extramundo, pero no se deja de lado la idea de que existe un Ser Supremo que podría generar una vida después de la muerte.

2. El tránsito del discurso religioso hacia el entorno digital

Tradicionalmente, el discurso religioso ha sido caracterizado por Orlandi basándose en seis rasgos: primero, existe una asimetría entre los participantes del acto comunicativo, ya que el locutor se encuentra en el plano espiritual (divino, y por tanto, superior) y el oyente en el plano temporal (los creyentes, es decir, inferior); en segundo lugar, este tipo de discurso se comunica a través de sus representantes (sacerdotes, profetas) mediante una relación simbólica; tercero, ese representante no debe modificar el discurso religioso y debe seguir las reglas estrictas reguladas por los

textos sagrados; la cuarta característica es la regulación de la interpretación de este discurso, ya que no puede tener cualquier sentido, es decir, es más bien monosémico; quinto, se presenta una serie de dualismos, que pueden ser reversibles, como plano divino/plano humano, orden temporal/orden espiritual, hombre/Dios, fe/pecado, etc.; finalmente, el discurso religioso tiene dos alcances: para los creyentes es una promesa y para los escépticos, una amenaza (Orlandi 246-250).

Hoy en día, los credos religiosos no han estado ajenos a la amplia proliferación de plataformas digitales como sitios web y blogs que han surgido en internet. Respecto a esta gran red mundial, ella comienza a utilizarse plenamente hace más de dos décadas en el mundo. En un principio, los usuarios utilizaban y compartían sus contenidos y plataformas con distancia y desconfianza, pero hoy en día esta gran red tecnológica se ha convertido en un verdadero espacio público virtual donde las personas interactúan a diario en diversos ámbitos. Es más, es tal la atracción que ha provocado Internet, que la casi totalidad de las empresas y organizaciones se han visto en la obligación de llevar sus discursos hacia las plataformas que se encuentran alojadas allí, buscando una creciente interacción con sus audiencias (Vilches).

Respecto a lo anterior, el ciberespacio se presenta como un potencial desafío para los credos religiosos, ya que la diversidad característica de este medio tiende a ser una amenaza a la trascendencia y a la naturaleza constitutiva del discurso religioso (De Souza). No obstante, quedarse fuera del contexto mediático puede significar una pérdida de la legitimación organizacional.

En el marco del surgimiento de las plataformas comunicativas digitales, uno de los fenómenos más destacados ha sido la nueva forma en que está fluyendo la información y, por tanto, la comunicación. Según Tolosa hoy en día todas las instituciones, desde la más grande a la más pequeña, están siendo sometidas a la permanente mirada y crítica por parte de sus audiencias. En este sentido, se incluyen la empresa, la familia, la Iglesia, los medios de comunicación, el gobierno y organizaciones sindicales, entre otras. Esto provoca una “pérdida del poder de emisión casi exclusivo de los líderes junto al potenciamiento de la capacidad expresiva de las comunidades que están transformando el escenario” (Tolosa, *Comunidades y redes sociales* 114).

Dentro de las plataformas más usadas por los usuarios de Internet están los sitios web y los blogs, que han tenido un gran auge en estos últimos años. En la

actualidad, ambas plataformas coexisten y muchas veces se complementan de acuerdo a las necesidades de comunicación de sus usuarios. La gran diferencia entre el sitio web propiamente tal y el blog es que los primeros tienen un propósito meramente expositivo de sus contenidos, ya que sólo buscan mostrar a sus usuarios distintos mensajes propios de su organización. Por su parte, según Gouti, el objetivo del blog es más personal, ya que comienza con un texto en el que un emisor ofrece su perspectiva sobre algún tópico para compartirlo con quienes llegan a leerlo. Gracias a la conversación que se produce mediante las cajas de texto incluidas al final del blog, esta plataforma permite la creación de verdaderas comunidades en función del tema, del tipo de relación que se establece entre los usuarios y de la apertura o restricción de las modalidades de participación.

De esta manera, a diferencia del sitio web que no tiene cabida para los comentarios de los usuarios, los *post* de los blogs tienen funciones comunicativas, en primer lugar, demarcan, ya que el autor pretende dar puntos de vista y opiniones sobre un tema, y también tienen una función estética, pues gran parte de los blogs tiene un carácter expresivo, creativo e incluso literario (Martínez). En cuanto a similitudes, tanto sitios web como blogs cuentan con hipervínculos que multiplican “la referencialidad del signo tradicional y, en cierta manera, lo actualiza” (Martínez). La presencia de estos hipervínculos produce lo que se denomina hipertexto, cuya principal característica es el dinamismo, así como la ruptura de la lectura lineal. Esto último implica que todos aquellos vínculos presentes generan diversos tipos de lecturas fuera del texto mismo, ya que el usuario puede vincular a otros escritos tanto dentro de la plataforma como fuera de ella, dependiendo de dónde lo guíe el hipervínculo.

En particular, el discurso religioso, al igual que otros tipos de discurso, podría experimentar una serie de transformaciones dentro de estos nuevos espacios virtuales. De acuerdo a esto último, Crystal plantea que existen signos evidentes de variedades del uso del lenguaje en contextos tecnológicos, como la brevedad a la que nos ha obligado la interacción mediada por el computador (principalmente, estudia los chats y los emails), las abreviaciones de ciertas palabras con el objetivo de escribir más rápido, así como la omisión de ciertos elementos centrales de la escritura como la mayúscula inicial y la puntuación, entre muchos otros. Estas y otras características emergentes, propias de este nuevo tipo de discurso, están

cambiando profundamente la forma en que nos estamos relacionando tanto virtualmente como en la vida real.

3. Estrategias persuasivas lingüísticas en el discurso religioso digital

Como se ha señalado en la introducción, entre los rasgos del discurso religioso está el hecho de ser principalmente persuasivo, por un lado, para que los feligreses mantengan la creencia en la visión de mundo que plantea un determinado credo y, por otro, para que influya en su conducta y acciones. Si bien no todos los líderes de los credos son tan conscientes de este rasgo del discurso religioso, a la hora de explorar diversas manifestaciones del lenguaje es posible observar estas estrategias a través del análisis del discurso.

A partir de esta concepción argumentativa del discurso religioso, se han escogido dos mecanismos lingüísticos relevantes que nos permiten observar cómo, en el discurso religioso digital, se manifiesta la visión de mundo que lideran los tres credos. En el primer caso, se ha considerado la modalidad del enunciado y, en segundo término, el uso de expresiones metafóricas. Ambas tienen como rasgo común el de dar cuenta de fenómenos cognitivos y subjetivos que permiten observar la visión de mundo de las personas en torno a una creencia en particular. Posteriormente, pondremos en relación estas estrategias, para observar el modelo de creencia que opera en que cada credo analizado (Baeza, *Imaginario sociales religiosos*). Cabe señalar que, si bien existen otros tipos de estrategias persuasivas como los argumentos, las falacias, las presuposiciones, entre otros, hemos escogido modalidades y metáforas pues creemos que en conjunto pueden hacer patente cuál es la visión de mundo que tiene cada sistema de creencia.

3.1. La modalidad del enunciado como estrategia persuasiva

Una de las ideas fundamentales que ha aportado Benveniste en el ámbito de la lingüística es que la subjetividad del lenguaje es inherente a cualquier expresión

de los seres humanos; no podemos aislarnos cuando establecemos algún tipo de comunicación. Kerbrat-Orecchioni, una de sus discípulas, afirma que ningún léxico es posible de utilizar de una manera enteramente objetiva y ello implica que todo lenguaje es subjetivo. Lo anterior se puede traducir en que existen ciertos grados de objetividad, pero que ésta en sí misma no se puede lograr, pues siempre hay un sujeto que emite un enunciado con una intención. Siguiendo a estos autores, un mayor grado de objetividad se explica como el afán del escritor de ocultar la huella de su visión, mientras que más subjetivo, se refiere a que el escritor se muestra explícitamente a su lector. En nuestro estudio, adherimos a esta visión del lenguaje.

Enmarcado en la premisa anterior, la modalidad del enunciado nos permite observar en el discurso esta subjetividad del emisor en relación con su destinatario. Esta estrategia persuasiva (modalidad enunciativa) se refiere a la manifestación de la actitud del hablante ante el enunciado o mensaje. Explicitan la relación entre el locutor y el enunciado (contenido de una oración).

Cabe destacar que el estudio de la modalidad enunciativa es un área de análisis complejo. Como plantea Palmer, existe una dificultad que se presenta en los esfuerzos por construir una definición completa y precisa del concepto de modalidad lingüística. Según Kitova-Vasileva, esta complicación en aunar una definición estaría dada porque la característica de la modalidad enunciativa depende en gran medida de las particularidades de la lengua que se analiza. Por su parte, Silva-Corvalán añade que la modalidad se puede ver reflejada tanto a través del léxico como gramaticalmente, o mediante la combinación de ambos. Así, por ejemplo, los verbos modales serían mecanismos léxico-gramaticales de modalidad.

En particular, en este estudio hemos seguido la propuesta de Álvarez que distingue cinco tipos de modalidades del enunciado: alética, deóntica, epistémica, volitiva y apreciativa pues nos parece que permite dar cuenta de la relación del emisor con el destinatario del mensaje. En el primer caso, la modalidad alética tiene que ver con lo que el autor establece como el “poder ser”, por ejemplo, puede que llueva, puede que venga. En la segunda modalidad deóntica, el autor plantea que se trata de aquello que se enuncia como el “deber ser”, por ejemplo, “Usted debe ir a la reunión; no debe ingresar a la sala”. En tercer lugar, la modalidad epistémica tiene que ver con el “saber” vinculado a operaciones mentales tales como pensar, soñar, entre otras, por ejemplo: “Me imagino que Pedro ya lo hizo”. Pienso que

Pedro es un buen sujeto”. En cuarto lugar, la modalidad volitiva tiene que ver con el “querer ser”, con el deseo de ser, por ejemplo: “¡Quién fuera rico, para andar en breque...!”. Por último, la modalidad axiológica (apreciativa) se entiende como aquel juicio valorativo que el enunciador plantea respecto a los hechos a los que se refiere en su enunciado, como es el caso de “no quiero que pienses que soy egoísta”. En esta última modalidad, caracterizan la manera en que el sujeto sitúa el enunciado con relación a juicios apreciativos (Maingueneau, Kerbrat-Orecchioni). A continuación, en la tabla se resumen las categorías propuestas por Álvarez.

MODALIDAD ENUNCIATIVA	DESCRIPCIÓN	EJEMPLO
Alética	Probabilidad de que un enunciado ocurra.	Puede que mañana se produzca una reunión espiritual muy especial.
Deóntica	Está vinculado al deber ser de un enunciado.	Usted debe asistir regularmente a misa.
Epistémica	Se relaciona con el “saber” vinculado a operaciones mentales tales como pensar, soñar, entre otras.	Pienso que Dios, en su infinita misericordia, no nos desampará.
Volitiva	Está vinculada al deseo de ser del emisor.	¡Quién fuera discípulo para haber escuchado la palabra de Jesucristo!
Axiológica (Apreciativa)	Se relaciona con los juicios valorativos.	No soy un cristiano tibio.

Tabla 1: Taxonomía de modalidades basada en Álvarez

Esta taxonomía nos permite explorar la forma en que los diferentes credos expresan su relación con sus feligreses. En la medida en que católicos, protestantes y TTJJ utilicen diferentes modalidades enunciativas estarán optando por una manera de relacionarse con sus seguidores, lo que permitirá acercarse a su visión de mundo en un nuevo escenario digital al que han tenido que adaptarse en los últimos años.

3.2. *Las metáforas como inteligibilidad del mundo y su concepción de él*

Sumada a la modalidad enunciativa, otra de las estrategias que nos permite explorar la visión de mundo de los tres credos religiosos estudiados es el análisis de las expresiones metafóricas que se encuentran en el discurso de estas tres religiones en el espacio público virtual.

Se puede señalar que el estudio de las metáforas ha sido una preocupación de larga data en las ciencias humanas y físicas. Esto es, comprender cómo los individuos conceptualizan la realidad, cómo experimentan el mundo, cómo construyen sus conceptos y cómo esta estructuración se manifiesta en la manera en que usan el lenguaje. Desde la lingüística cognitiva, en la década del 1980, la teoría de la metáfora conceptual (Lakoff y Johnson; Lakoff y Turner; Lakoff) contribuyó a entender de mejor forma este fenómeno, ya que permitía representar lo que una persona está concibiendo en su mente respecto de un concepto en particular a partir de sus expresiones lingüísticas.

En específico, Lakoff y Johnson postularon que el sistema conceptual del individuo es esencialmente metafórico. En términos generales, “The essence of metaphor is understanding and experiencing one kind of thing in terms of another” (5). Por lo general, el dominio, que se utiliza para representar el otro, es concreto, es decir, está cercano a nuestra experiencia con el mundo. Las metáforas están vinculadas a la cultura de una sociedad, por lo que pueden variar, así como también sus expresiones lingüísticas asociadas. A pesar de ello, es frecuente encontrar metáforas conceptuales similares en grupos sociales diferentes que pertenecen a una misma cultura (Lakoff). Así, se configuran a raíz de la experiencia o la percepción de la realidad que rodea al individuo.

De esta manera, la metáfora se convierte en un dispositivo que se utiliza para comprender la realidad. Una forma de acceder al estudio de las metáforas está dada por la propuesta de Lakoff y Johnson en las que plantean cuatro tipos de metáforas.

En la primera, la metáfora estructural se refiere específicamente en la que un “concepto” abstracto está estructurado metafóricamente en términos de otro menos abstracto. Esto quiere decir que se establece un vínculo de proyección entre un dominio de origen y un dominio de destino. En segundo lugar,

la metáfora ontológica se vincula con aquellos fragmentos de la experiencia que los individuos suelen comprender como entidades discretas (Lakoff y Johnson). Se dividen en tres: las de sustancia y entidad, de recipiente y personificación. Sustancia y entidad consisten en entender la experiencia en términos de objetos y sustancias. Un ejemplo de este caso es la expresión metafórica: “La inflación está bajando nuestro nivel de vida”. En este caso, la inflación es conceptualizada como una entidad, lo que permite referirse a ella, cuantificar, etc. Por su parte, las metáforas ontológicas de recipiente consideran nuestra propia orientación dentro o fuera. Las de personificación establecen una relación entre algo que no es humano como humano, como por ejemplo: “La inflación mató todos mis ahorros”; esto quiere decir que *la inflación es humana*. En tercer lugar, las metáforas orientacionales dan a un concepto una orientación espacial. La mayoría de este tipo de metáforas tiene que ver con las metáforas orientacionales espaciales, como por ejemplo *feliz es arriba* y *triste es abajo*. Este tipo de metáforas no son arbitrarias, ya que tienen una base en la experiencia física y cultural del individuo. Por último, las metáforas de imagen, que se materializan en expresiones metafóricas que se basan en información visual en las que se proyecta la estructura esquemática de una imagen sobre la de otra.

De acuerdo a lo expuesto, y dado que el estudio está centrado en el ámbito lingüístico en su dimensión verbal, hemos considerado pertinente no considerar las metáforas de imagen. En resumen, en la tabla dos se presenta la taxonomía utilizada en el análisis.

METÁFORA	DESCRIPCIÓN	EJEMPLO
Estructural	Se genera un vínculo de proyección entre el dominio de origen y el dominio meta a nivel conceptual.	Nos consuela en toda nuestra tribulación. (Dominio origen: guerra; dominio meta: vida)
Ontológicas (sustancia y objeto)	Se relaciona con aquellos fragmentos de la experiencia que los individuos suelen comprender como entidades discretas.	La economía está bajando nuestro nivel de vida.
Orientacional	Relacionan un concepto con las nociones de orientación espacial que se desarrollan en una cultura.	El esposo cumple la función de cabeza, así que debe tomar la iniciativa en conseguir el sustento y enseñar a su familia acerca de Dios.
Personificación	Se produce una relación entre una idea/concepto/sustancia que no es humano como humano.	La canción se preguntaba quién escuchaba en este mundo a las personas necesitadas.

Tabla 2: Taxonomía de metáforas basadas en Lakoff y Johnson

Tal como se presenta en la tabla dos, nos parece importante agrupar las metáforas ontológicas, por un lado, las de sustancia y objetos y, por otro, las de personificación, ya que en estas últimas la experiencia de lo humano es muy relevante para la comprensión del mundo que tienen los tres credos en el marco de Internet y los cambios que ha producido en las formas de relacionarse entre quien genera un mensaje y quienes lo reciben.

4. Metodología

Como ya se ha mencionado, el discurso religioso ha sido escasamente explorado en tipos de textos que han surgido a partir de las nuevas tecnologías. Por lo anterior, el objetivo de esta investigación es describir las estrategias persuasivas (modalidad enunciativa y expresiones metafóricas) en tres credos religiosos cristianos (católicos, protestantes y TTJJ) en el marco de las nuevas plataformas tecnológicas.

Los supuestos que guían este estudio son los siguientes:

-El nuevo espacio público virtual se caracteriza principalmente por dar la posibilidad de una relación entre los participantes de forma más horizontal, así como la intervención de diversos interlocutores, no solo los que detentan la autoridad discursiva.

-En el caso de la modalidad, los locutores del discurso religioso, desde su posición de autoridad legitimada que “hace hablar” la voz de Dios, emiten ciertas afirmaciones que les permiten objetivar o subjetivar esta voz en su discurso, lo cual se hace mucho más relevante en un dispositivo electrónico, que se caracteriza por ser eminentemente interactivo (opciones de diálogo emisor-receptor o emisor-máquina). En este nivel, el supuesto que se presenta es si el dispositivo “exige” mayor interactividad al discurso, se debería observar mayor cantidad de marcas subjetivas (apreciativas-axiológicas) y menos deónticas y epistémicas.

-Asimismo, en el marco de estas nuevas posibilidades de Internet, las expresiones metafóricas que se vinculan con la experiencia en el mundo (orientacionales, ontológicas y de personificación) deberían ser más utilizadas que las conceptuales (estructurales), ya que estas últimas buscan traspasar una idea o concepto a los interlocutores en términos abstractos, en cambio, las experienciales apelan al conocimiento que tienen los propios receptores en el marco cultural y social en el que conviven.

Basados en estos supuestos, esta investigación tiene un enfoque mixto con un alcance descriptivo transeccional. La unidad de análisis corresponde a la muestra de textos que representa el género CEO, que entendemos como aquel texto que tiene como propósito el de recomendar o entregar lineamientos acerca del comportamiento y conductas de la vida cotidiana de los feligreses y que está presente en los tres sitios. En cuanto a la categorización de las modalidades, se siguió la taxonomía de Álvarez antes descrita; por su parte, para el caso de las metáforas se utilizó la taxonomía de Lakoff y Johnson expuesta precedentemente.

4.1. Corpus: textos analizados

El corpus consideró una muestra de 15 textos representativos del género CEO. Se han tomado cinco ejemplares de este género de cada credo para efectos de

comparación en las mismas fechas y con el mismo propósito. La distribución de la cantidad de palabras por credo analizadas se presenta en la tabla tres.

CREDO	Nº PALABRAS
Católicos	6.068
Protestantes	8.711
TTJJ	4.861
Total	19.640

Tabla tres: Detalle de palabras del corpus por credo

En cuanto a la procedencia del corpus, se buscaron sitios web que representaran a la mayor cantidad de agrupaciones de su credo. En el caso de los protestantes se escogió el sitio web protestantedigital.com, que consiste en un diario de actualidad y opinión perteneciente a la Alianza Evangélica Española (corporación interdenominacional más antigua de España), que busca como propósito fundamental fomentar el encuentro y diálogo entre el protestantismo y la sociedad. Desde este sitio se tomaron los textos de la sección “Tu blog”, donde según su propia descripción se ofrece un espacio a personas con identidad evangélica que deseen escribir publicaciones que orienten sobre diversos temas basados en la doctrina.

Para el caso de los Testigos de Jehová, la búsqueda arrojó el sitio jw.org/csn, que es el sitio web oficial de Jehova’s Witnesses, traducido por voluntarios a 731 idiomas. El sitio es dirigido por un cuerpo gobernante desde su sede en Nueva York. En este caso, se escogieron textos de la sección denominada “Preguntas bíblicas” donde se ofrece ayuda para familias, matrimonios, jóvenes y niños, que también correspondían al género “Consejo espiritual online”.

Por último, para el caso del credo católico se usó el sitio web es.catholic.net. Esta plataforma surge en el año 2000 como iniciativa de la Red Informática de la Iglesia en América Latina y la agencia de noticias Zenit. Sus propósitos son orientar, reflexionar y ofrecer un espacio de convivencia para los católicos del mundo. En este caso, los textos seleccionados pertenecen a la sección “Temas actuales”, donde los usuarios pueden consultar sobre tópicos espirituales, doctrinales, teológicos y pastorales, lo que también corresponde al género CEO.

Cabe destacar que si bien las plataformas que escogimos para este estudio son de diversa índole, es decir, sitios web para católicos y TTJJ, y blog para protestantes, consideramos que de todas maneras los tres coinciden en el control de sus contenidos. Si bien el blog, por su naturaleza, invita a participar libremente a quienes lo deseen, los textos nucleares, en el caso de la sección “Tu blog” del sitio protestante, son filtrados cuidadosamente por los administradores del sitio, sólo rescatando aquellos escritos por especialistas como psicólogos, estudiantes de teología, pastores, monitores cristianos, etc. En este sentido, la selección de estas “voces autorizadas” se pueden igualar a aquellas emisiones que se observan en los sitios webs de los otros dos credos, ya que sigue prevaleciendo la idea de jerarquía, en cuanto a quién es el que está autorizado a hablar de religión.

4.2. Procedimiento de análisis

En este apartado, debido al espacio limitado con que se cuenta, se presenta sucintamente el procedimiento de análisis. En las figuras uno, dos y tres se muestra cómo se realizó el análisis en el caso de la modalidad enunciativa. En primer lugar, se recogió el corpus, luego se identificaron los textos y se procedió a realizar al análisis a través del software Atlas.ti.

Como se observa en la figura uno, en el subcorpus de credo católico (CATO2) el uso de la modalidad epistémica en la expresión “Así son las misas de algunos rincones de nuestra tierra” en el que el verbo “son” no permite duda alguna.

Modalidad epistémica:

Incluso alguna vez entra un perro que se pasea, con un ritmo entre confundido y simpático, sobre el mármol que cubre el suelo de una de las naves laterales...

Así son las misas de algunos rincones de nuestra tierra. Habrá quien se asome a este panorama con algo de desprecio. Otros verán este cuadro rico, dinámico, confuso, con curiosidad, sin entender exactamente de qué se trata: no entienden lo que es la misa, ni saben que allí se mezcla lo humano y lo divino con una naturalidad tal que permite lo más elevado del pensamiento teológico (en homilías que pocos entienden) y lo más

Así **son** las misas de algunos rincones de nuestra tierra

Verbo ser no admite duda. Está dentro del rango de la certeza, sin discusión

Figura uno. Análisis de la modalidad enunciativa credo católico

En el segundo caso, en la figura dos se presenta un ejemplo del subcorpus de los protestantes (PROTO3) en el que se utiliza una modalidad deóntica en la expresión

lingüística “Es una orden, no un consejo que debamos seguir”, claramente el uso del verbo “debemos” manifiesta la intención de imponer al lector una conducta o pensamiento.

Modalidad deóntica:

Amados, el Señor no nos da una sugerencia cuando en Mt 28:19 nos dice: “Por lo tanto, **vayan y hagan discípulos de todas las naciones**, bautizándolos en el nombre del Padre y del Hijo y del Espíritu Santo. **Enseñen a los nuevos discípulos a obedecer todos los mandatos que les he dado**. Y tengan por seguro esto: que estoy con ustedes siempre, hasta el fin de los tiempos» (NTV). **Es una orden, no un consejo que debamos seguir conforme a nuestro**

“Es una orden, no un consejo que **debamos seguir**”

Verbo deber está usado como un mandato de parte del locutor hacia el receptor. Denota orden

Figura dos. Análisis de la modalidad enunciativa credo protestante

En la figura tres se puede ver un ejemplo del subcorpus del credo TTJJ extraído del texto TTJJ03 en el que se presenta la modalidad axiológica en el enunciado “No se avergüence de expresar sus sentimientos” en el que la negación del verbo “avergonzarse” es utilizado para proponer al lector cómo evaluar una emoción.

Modalidad axiológica:

¿Y qué hay si se muere alguien a quien ama? No se avergüence de expresar sus sentimientos. Recuerde que hasta Jesús “cedió a las lágrimas” (Juan 11:35; [Eclesiastés 3:4](#)). Descansar y dormir lo suficiente también es importante ([Eclesiastés 4:6](#)). Así le será más fácil enfrentarse a la situación.

“No se **avergüencen de expresar sus sentimientos**”

Verbo avergonzarse lo usa el locutor para sugerirle al receptor cómo evaluar una emoción

Figura tres. Análisis de la modalidad enunciativa credo TTJJ

De esta manera, se realizó el análisis en la totalidad del corpus y desde allí se extraen los rasgos que evidencian el compromiso del enunciador a través de verbos y pronombres asociados a las modalidades descritas anteriormente.

Por su parte, el análisis de las expresiones metafóricas se llevó a cabo a través de un estudio detallado de los textos, extrayendo las expresiones metafóricas y

clasificándolas según la taxonomía de Lakoff y Johnson. Luego, a través de una planilla Excel, tal como se presenta en la tabla tres, se registraron las ocurrencias por credo y se describió el tipo metáforas utilizadas, la expresión propiamente tal, la interpretación de la metáfora y el dominio de origen y meta en cada caso.

CÓDIGO TEXTO	TIPOS DE METÁFORA	EXPRESIÓN METAFÓRICA	INTERPRETACIÓN	DOMINIO ORIGEN	DOMINIO META
CAT05	Personificación	Cuando lleguen los momentos más penosos en los que llorar es poco, cuando la crisis nos agarre por el cuello y nos patee, acudir a quien quiere y puede consolarnos.	Crisis es una persona	Crisis	Persona
PROT05	Estructural	Sentimos como si una alarma se encendiese en nuestro cerebro y nos obligara al rechazo que asoma como arma por doquier.	Una vida es una guerra	Guerra	Vida
TTJJ02	Estructural	Nos consuela en toda nuestra tribulación	Una vida es una guerra	Guerra	Vida

Tabla tres. Ejemplos de registro de expresiones metafóricas

Este análisis se realizó en la totalidad de los textos del corpus arrojando un total de 183 expresiones metafóricas en los tres credos. Tras esta fase, se utilizó un instrumento que incluía ejemplos del corpus estudiado, para recoger el juicio experto entre pares, que consistió en la selección de dos especialistas pertenecientes al ámbito de la lingüística, con conocimiento de los temas abordados. Este juicio fue consensuado y logró establecer que el análisis era pertinente para extraer las categorías analizadas y logró un porcentaje de validación del 95 por ciento

5. Resultados del estudio

En cuanto a los resultados, a continuación se presentan los hallazgos en las modalidades del enunciado y luego los resultados del uso de expresiones metafóricas. Después, procederemos a integrar los datos obtenidos, de modo de interpretar la concepción de mundo que tiene cada credo estudiado en el marco del nuevo espacio público virtual.

5.1. ¿Cómo se posiciona cada credo en el nuevo espacio público digital?

En cuanto a los resultados de esta estrategia, en el corpus se observó el uso de tres de las cinco modalidades enunciativas propuestas por Álvarez. Se reconocieron la modalidad epistémica, deóntica y axiológica, mientras que no se encontraron usos en cuanto a la volitiva ni la alética.

De acuerdo a lo presentado en el gráfico uno, la modalidad epistémica es preferida por los TTJJ (42 por ciento), en segundo lugar por los protestantes (34 por ciento) y menos usada por los católicos (24 por ciento), aunque en términos globales representa la modalidad más recurrente en los tres credos. Algunos ejemplos de la modalidad epistémica se pueden observar a continuación:

-“Los que *creen en Dios*, ¿piensan en él tan apasionadamente como nosotros, que no creemos, pensamos en su ausencia?” (CATO2).

-“*Nadie puede decirnos* que no es verdad que creemos y hacemos determinadas cosas en base a la creencia que adoptamos” (PROTO1).

-“[...] No obstante, *permite* que una persona se divorcie y se vuelva a casar si su cónyuge ha cometido adulterio” (TTJJO1).

(Las cursivas son de las autoras)

La tendencia a usar esta modalidad por parte de TTJJ y protestantes estaría explicada por la inclinación del credo a establecer patrones de comportamiento entre sus fieles en cuanto a lo que hay que saber y que corresponde a su visión extramundo en el modelo de satanización del mundo a partir de los datos descritos

(Baeza, *Imaginarios sociales religiosos*). Al poseer este modo de concebir el cosmos, implica la representación de un enemigo en la tierra con el que se debe luchar, por tanto, los líderes del credo entregan estrategias y tácticas para “combatir” a este enemigo que personifica al demonio. Esto muestra que las posibilidades que otorga el nuevo espacio virtual no son utilizadas por estos credos, privilegiando la mantención del control de las ideas que se exponen a sus feligreses.

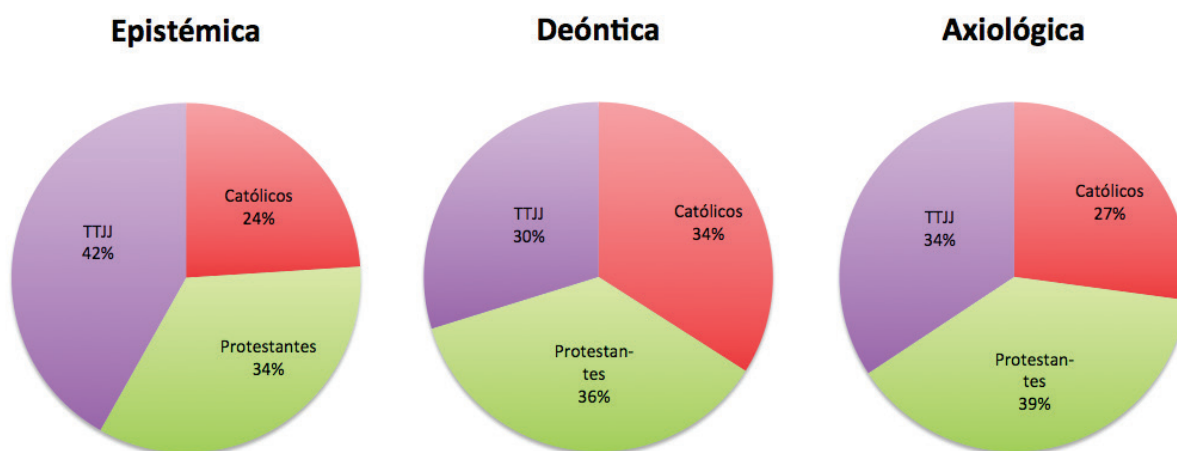


Gráfico uno: Modalidades de los tres credos

En relación a la modalidad deóntica, esta es usada de manera relativamente proporcional por los locutores de los tres credos, principalmente relacionada con la obligatoriedad, que implica la creencia y los aspectos doctrinarios. Ejemplo de esta modalidad se presentan a continuación:

- “Para amar a Dios *tenemos* que conocerlo” (PROTO1).
 - “Los cristianos *deben* obedecer las leyes” (TTJJO1).
 - “[...] la fe *tiene* que ser una fuente de goce” (CATO2).
- (Las cursivas son de las autoras)

Destacan los protestantes (36 por ciento) con un leve porcentaje mayor a los dos credos restantes. Esto podría manifestar que los tres credos, si bien han emigrado

a las plataformas digitales, no desean modificar el tipo de relación jerárquica que caracteriza al discurso religioso (Orlandi) y, por lo tanto, no aprovechan las potencialidades del nuevo espacio virtual.

Por su parte, la modalidad axiológica destaca en locutores protestantes (39 por ciento) y en segundo término por los TTJJ, lo que permite sostener que los textos católicos son menos evaluativos que los otros dos credos, lo cual implica menos subjetividad o presencia de marcas explícitas del enunciador. Se presentan algunos ejemplos de la modalidad axiológica a continuación:

- “[...] si el Hijo os libertare, seréis *verdaderamente libres*” (PROTO1).
 - “Dios *considera* el matrimonio como la unión permanente[...]” (TTJJ01).
 - “Me gusta ser cristiano, me encuentro *muy feliz* de serlo” (CATO2).
- (Las cursivas son de las autoras)

La leve superioridad del uso de la modalidad axiológica por parte de los protestantes (39 por ciento) puede deberse a que la mayoría de los textos está escrito en primera persona y refiere a situaciones experienciales de los autores, donde la emotividad surge constantemente. Por ejemplo, el pastor que se expresa en estas líneas recuerda a un amigo recientemente fallecido y enuncia: “quisiera poder abrazar y besar a su familia”. El verbo apreciativo “querer” indica un juicio valorativo sobre el hecho denotado, lo que manifiesta la intención del emisor en relación a su lector. El uso de la modalidad axiológica de los protestantes en el nuevo espacio virtual podría explicarse por la apertura que presenta este credo religioso al incluir la participación de diversas voces, y que no sólo la autoridad máxima exponga sus ideas, sino que otros también puedan expresar sus experiencias. Cabe destacar, eso sí, que esta apertura es relativa, ya que quienes participan en la escritura de estos textos no son simples feligreses sino que deben contar con algún título religioso, como por ejemplo, ser pastor de una iglesia, diácono, monitor, líder juvenil o con una preparación profesional como psicólogo o trabajador social.

En síntesis, se puede observar que, en el uso de la modalidad enunciativa del discurso religioso en el nuevo espacio público virtual, siguen predominando los rasgos clásicos del discurso religioso, es decir, una relación asimétrica marcada por la autoridad y la interpretación monosémica del sistema de creencias de cada credo, por lo que

se podría sostener que no se han aprovechado las potencialidades que Internet otorga. Una posible explicación a este resultado, estaría dada por el deseo de mantener el control del discurso en todas las instancias de diálogo que han surgido en el marco de las plataformas digitales por parte de las autoridades de cada credo.

5.2. La vida es una guerra y el amor sana, libera y vivifica

En cuanto a las expresiones metafóricas, en el gráfico dos se muestran los hallazgos respecto al uso de cada credo. Desde una mirada general, los tres credos utilizan principalmente las metáforas estructurales (41.2 por ciento) y la personificación (28.3 por ciento). Luego, hacen uso de las ontológicas (18.2 por ciento) y en menor medida de las orientacionales (12.3 por ciento).

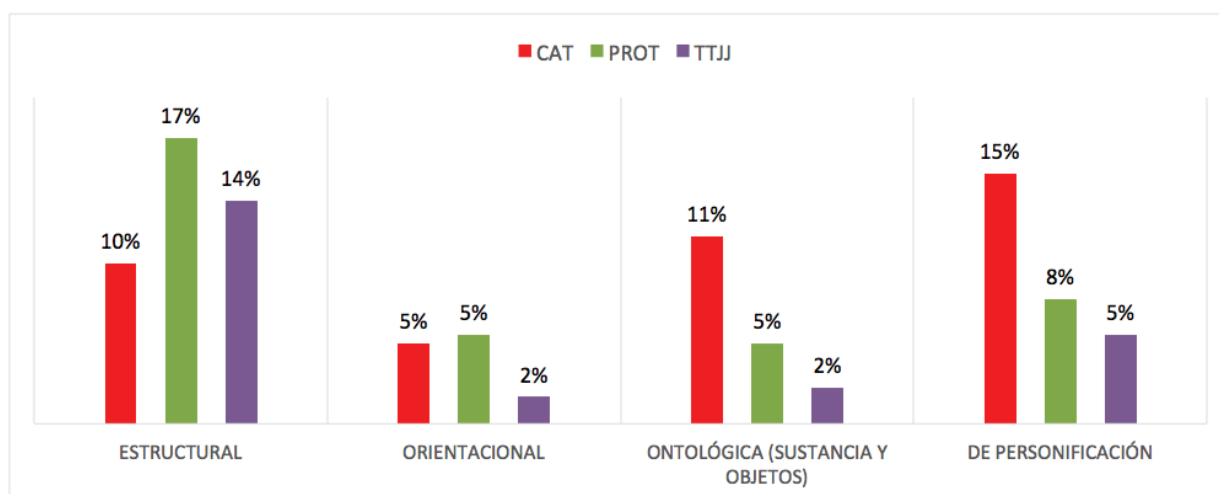


Gráfico dos: Uso de expresiones metafóricas en el discurso religioso digital

En relación con el uso de expresiones metafóricas de cada credo, los católicos utilizan más las expresiones metafóricas de personificación, y los protestantes y TTJJ, las estructurales. A continuación se observa el uso de expresiones de personificación en el credo católico tales como:

- “Y el amor no es estático, *el amor mueve, crea, da sentido, direcciona, sana, libera, vivifica*” (CAT01).
 - “[...] cuando *la crisis nos agarre por el cuello y nos patee*, acudir a quien quiere y puede consolarnos” (CAT05).
 - “[...] pero unidos en un abrazo de *amor herido* y a la vez invencible, poderoso.” (CAT04).
 - “Pero ¡sin olvidar que también las *heridas resucitaron!*” (CAT02).
- (Las cursivas son de las autoras)

Estos ejemplos muestran cómo la visión de mundo de los católicos, de intervención autolimitada (Baeza, *Imaginario sociales religiosos*), buscan darle sentido a los fenómenos del mundo en términos de lo humano, pues, de acuerdo a los planteamiento de De Vega la comprensión del lenguaje implica la activación de representaciones corpóreas, tal como se sugiere en los resultados experimentales de la psicología cognitiva y neurociencia cognitiva, y por tanto, la personificación en este sentido es muy recurrente, ya que la experiencia de lo humano es esencial. En este sentido, se puede interpretar que el uso de metáforas de personificación está en línea con el potencial que presenta el nuevo espacio virtual en el que la horizontalidad característica del espacio digital permite apelar al conocimiento experiencial de los lectores.

Por su parte, los TTJJ y protestantes utilizan principalmente expresiones metafóricas que se vinculan a metáforas estructurales, las que ponen en relación dos dominios diferentes; en otras palabras, se podría decir que se trata de dos imágenes que se superponen. Esto podría poner en evidencia que estos dos credos no reconocen las potencialidades del medio virtual y siguen apelando a un discurso basado en expresiones metafóricas estructurales (conceptuales) que presentan, en cierta medida, un rasgo más abstracto que las metáforas de personificación que sí apelan a la experiencia del interlocutor.

Una de las metáforas estructurales descritas frecuentemente en la literatura es la metáfora de que *la vida es una guerra* (p. ej. González, Amar) donde se ponen en relación las características de la guerra con la vida. Así, en nuestro análisis encontramos también la presencia de esta metáfora recurrentemente en los protestantes y TTJJ. Los siguientes ejemplos muestran expresiones metafóricas con esta relación:

- “Es un modo de detener la *amenaza* que sentimos” (PROTO5).
 - “Sentimos como si una alarma se encendiese en nuestro cerebro y nos obligara al rechazo que asoma como *arma por doquier*” (PROTO5).
 - “Quiero *romper una lanza* a favor de todos aquellos hombres y mujeres, pastores o no, que han dedicado o dedican su vida a los demás” (PROTO2).
 - “Jehová ha tolerado *la rebelión* contra su soberanía solo por un tiempo” (TTJJO5).
 - “Satanás comenzó una *rebelión*” (TTJJO4).
 - “Evita los pasatiempos que te *bombardean* con malas palabras” (TTJJO5).
- (Las cursivas son de las autoras)

Como se observa, tanto protestantes como TTJJ conciben que la vida es una guerra y el enemigo es el mal, representado por Satanás, de modo que el combate es en esta vida para poder alcanzar la “vida eterna”, como se señala a continuación:

La vida es ideacionalmente vista como una prueba y frente a ella este tipo de extramundinidad procura caracterizar un fin necesario para todos los padeceres, sin lo cual la vida sería insoportable. Se trata entonces de anunciar un momento apocalíptico, es decir la representación material del fin de los tiempos. Ese momento, esa colosal inminencia, incita a los creyentes a redoblar los esfuerzos por comparecer con serenidad de conciencia en aquel ‘día del Juicio final’. (Baeza 72)

De acuerdo al estudio de Baeza (*Imaginarios sociales religiosos*), los TTJJ y los protestantes podrían integrarse al imaginario extramundano denominado satanización del mundo, a través del uso constante de la metáfora de la *vida* es una *guerra*. Esta metáfora estructural no apela a la experiencia de sus interlocutores, sino que impone una forma de ver la vida, por lo tanto, es un discurso más bien autoritario que horizontal.

5.3. ¿Dónde está Dios y dónde está la promesa de salvación?

Ahora bien, si observamos la vinculación de ambas categorías de análisis como se presenta en el gráfico tres con la idea de mirar la concepción de mundo de cada

credo y su relación con el nuevo espacio virtual, se puede concluir que los católicos prefieren la modalidad epistémica y las metáforas de personificación; por su parte, en los textos del sitio protestante es recurrente la modalidad epistémica y las metáforas estructurales, así también los TTJJ en los cuales predomina la modalidad epistémica y las metáforas estructurales.

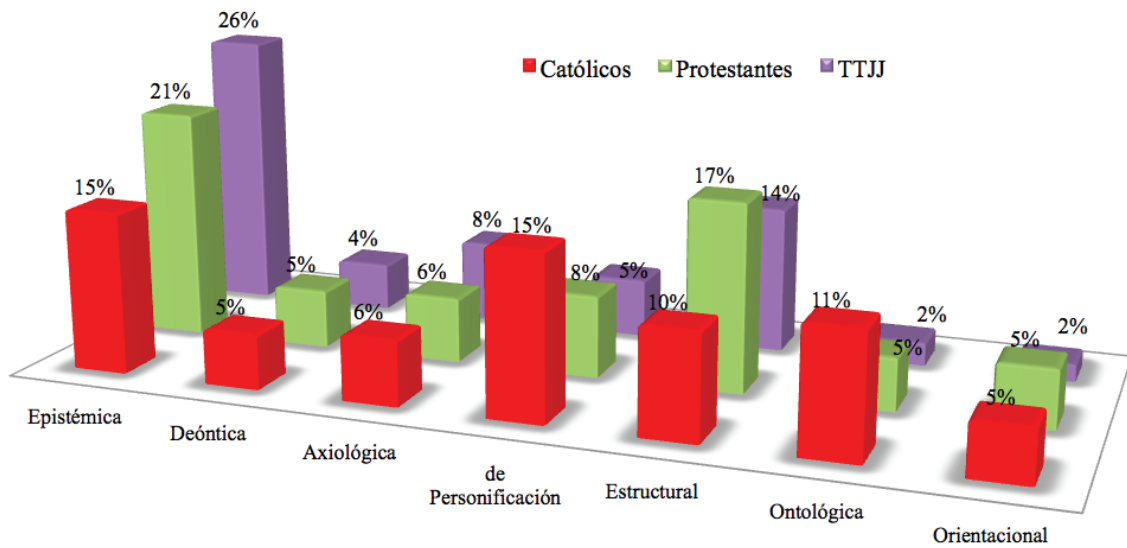


Gráfico tres: Exposición estrategias persuasivas y credos

Los hallazgos indican que en el discurso online de los católicos el locutor se mueve en el plano de lo creíble-posible. Además, emplean la personificación como recurso para potenciar la experiencia de lo humano y presentar el centro de atención en la vida en sí misma debido a su postura intramundo concordante con el modelo de intervención autolimitada de Baeza (*Mundo real, mundo imaginario social*).

En el caso de los protestantes, el locutor transita, también, por el plano de lo creíble-posible, pero usando metáforas estructurales; es decir, los aspectos divinos son verdades sin cuestionamiento y el locutor facilita la comprensión del mundo para sus fieles desde una perspectiva teocéntrica en que la vida no depende del hombre sino de Dios, pero que para ello se debe “luchar contra el enemigo” y, por

lo tanto, se trata de un discurso marcadamente autoritario y monosémico, contrario a las posibilidades que el nuevo espacio virtual brinda.

Por último, en los TTJJ la actitud del locutor también se encuentra en el plano de lo creíble-posible, pero en este caso del saber. Además, emplea metáforas estructurales, es decir, los aspectos divinos son verdades sin cuestionamiento y el locutor facilita la comprensión del mundo para sus fieles desde una perspectiva teocéntrica en que la vida no depende del hombre sino de Dios (Baeza, *Imaginario sociales religiosos*), mostrando, tal como en el caso de los protestantes, la perpetuación del discurso autoritario independiente del medio en el que se presente.

Conclusiones

Como se ha señalado, este estudio buscó observar cómo, a través de la modalidad enunciativa y del uso de expresiones metafóricas, los tres credos del cristianismo más importantes de occidente construyen y vehiculan su visión de mundo a través del lenguaje en el marco de las nuevas formas de comunicación online.

En una mirada global, la tendencia de los tres credos es hacia el uso de la modalidad epistémica en el discurso religioso electrónico, lo que podría mostrar el no reconocimiento de las oportunidades que proporciona Internet para relacionarse con los lectores en términos de horizontalidad y de participación.

En cuanto al tipo de expresiones metafóricas presentes en el discurso religioso electrónico, varía intercredo, lo que sugiere la influencia de la cultura de cada credo en el uso del lenguaje de la voz autorizada. Como se observó, TTJJ y protestantes utilizan metáforas estructurales que se esfuerzan por influir en la percepción psicológica de sus fieles para que puedan entender la vida como una constante lucha contra un enemigo y que caracteriza un discurso autoritario, contrario a las potencialidades del nuevo espacio virtual cuyo rasgo esencial es promover la horizontalidad. Los católicos, por su parte, utilizan mayormente expresiones metafóricas de personificación, ya que, según su concepción, Dios

tiene el control de lo que ocurre en este mundo y en el que viene, por lo cual es un ente que tiene poder sobre el ser humano, quien lo único que puede hacer es comportarse virtuosamente en esta vida. De esta manera, este credo, sí utiliza el potencial de la plataforma digital para involucrar la experiencia del lector en sus estrategias persuasivas.

No obstante lo anterior, los tres credos religiosos utilizan discretamente las potencialidades del medio, ya que continúan comunicándose verticalmente, dejando escaso espacio para la interacción dentro de la construcción del discurso. Esto último se evidencia, por ejemplo, al relacionar el análisis con los planteamientos teóricos que caracterizan como rasgo principal del discurso religioso la “voz” de autoridad (Orlandi). En este sentido, la plataforma digital no parece tener influencia en los mecanismos lingüísticos de manutención de la autoridad por parte de los representantes de los credos.

Sumado a lo anterior, los resultados del análisis de las modalidades y expresiones metafóricas coinciden con la descripción del imaginario social religioso de Baeza (*Imaginarios sociales religiosos*). A través del análisis, observamos que la propuesta de Baeza (*Imaginarios sociales religiosos; Mundo real, mundo imaginario social*) cobra vigencia en el contexto tecnológico del discurso religioso, ya que los TTJJ y protestantes muestran predominantemente las características de la concepción extramundo de satanización, mientras que los católicos presentan ciertas diferencias, al menos en el análisis, y ponen en evidencia su forma de concebir el mundo como intervención autolimitada, la cual corresponde a un subtipo del modelo intramundo señalado por Baeza (*Imaginarios sociales religiosos*).

Cabe señalar que la realidad difiere de las dicotomías o radicalismos y muchas veces los límites entre las categorías de análisis son difusos, no obstante, creemos que este análisis representa un avance interesante para comprender cómo en el discurso religioso digital se manifiesta la concepción de mundo de los católicos, protestantes y TTJJ, y cómo se utilizan o no las potencialidades de nuevo espacio virtual, principalmente la de horizontalidad y de participación de sus usuarios.

En cuanto a las proyecciones, sería muy interesante complementar el análisis de la modalidad del enunciado a través de otras categorías, como por ejemplo, categorías semióticas, semánticas o pragmáticas. Además, se considera pertinente comparar este estudio con el discurso religioso en géneros tradicionales,

no mediados por la tecnología, de modo de poder observar lo que ocurría antes y después de la implementación digital. Por último, se cree que un futuro trabajo de exploración mediante técnicas etnolingüísticas, es decir, a través de *focus group* y entrevistas en profundidad, podría ayudar a complementar cómo esta visión de mundo es percibida por los seguidores de los sitios web analizados.

Liliana Vásquez-Rocca

Licenciada en Comunicación Social por la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV). Obtuvo el grado de Magíster en Filosofía por la PUCV y el grado de Doctora en Lingüística por la PUCV en el año 2016. Ha sido exponente en congresos nacionales de la Sociedad Chilena de Lingüística (SOCHIL) y Asociación Latinoamericana de Estudios del Discurso (ALED) y en congresos internacionales de la Cátedra Unesco, Asociación Latinoamericana de Estudios del Discurso, entre otros. Ha publicado artículos en revistas nacionales como internacionales sobre multimodalidad. Actualmente es profesora de escritura académica en la Universidad Andrés Bello. Sus áreas de investigación y enseñanza se focalizan en la multimodalidad, la escritura académica, el análisis de género y el discurso de la información en el marco del desarrollo de las nuevas tecnologías.

Magaly Vargas Alarcón

Doctora en Lingüística PUCV, Magíster en Comunicación y Periodismo PUCV, Periodista y Licenciada en Comunicación Social de la Universidad de Viña del Mar. Docente universitaria con doce años de experiencia en temas relacionados con la alfabetización académica, los géneros académicos y, específicamente, periodísticos, y los medios de comunicación tradicionales, así como los nuevos medios surgidos a partir de la Revolución Digital. En el marco de su tesis doctoral recientemente rendida, llevó a cabo una investigación acerca del cambio de los rasgos lingüístico-discursivos de los géneros periodísticos de medios chilenos asociados a los nuevos contextos tecnológicos en los que circulan.

OBRAS CITADAS

- Abellán-García, A. *Crítica, fundamentos y corpus disciplinar para una teoría dialógica de la comunicación*. Tesis de doctorado. Madrid: Universidad Francisco de Vitoria, 2012.
- Acebal, M. “La construcción discursiva de la identidad católica en las homilias de la línea tradicional de la Iglesia católica santafesina”. *Texturas* 2.2 (2002): 21-30.
- Acebal, M. “La paráfrasis del texto bíblico en la homilía católica. Aportes al género y variaciones de su realización”. Ponencia Congreso Internacional Transformaciones Culturales: Debates de la teoría, la crítica y la lingüística. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires, 2006. Impreso
- Álvarez, G. *Textos y discursos. Introducción a la lingüística del texto*. Concepción: Universidad de Concepción, 1996. Impreso
- Amar, A. “La política es un juego: Un análisis de la metáfora política en la prensa española”. *European Scientific Journal*. 10.4 (2014): 233-249. Web. <<http://dx.doi.org/10.19044/esj.2014.v10n4p%25p>>
- Androutsopoulos, J. “Localizing the Global on the Participatory Web”. En N. Coupland ed. *The Handbook of Language and Globalization*. Sussex: Wiley-Blackwell: 2010. Impreso
- Arnoux, E. “La reformulación interdiscursiva en Análisis del Discurso”. Actas del IV Congreso Nacional de Investigaciones Lingüísticas y Filológicas, Análisis del Discurso y enseñanza de la lengua. Lima: Universidad Ricardo Palma, 2004. Impreso
- Baeza, M. A. “Imaginaris sociales religiosos: intramundanía y extramundanía en la cultura religiosa popular urbana en Chile”. *Revista Ciencias Sociales*. 9 (1999): 66-81. Web. <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70800905>>
- Baeza, M. A. *Mundo real, mundo imaginario social. Teoría y práctica de sociología profunda*. Santiago: Ril Editores, 2008.
- Benveniste, E. *Problemas de lingüística general II*. México: Siglo XXI, 1999. Impreso

- Berger, P. y T. Luckmann. *La construcción social de la realidad*. Madrid: Amorrortu Editores, 2003. Impreso
- Bonnin, J.E. “Los géneros discursivos en la estrategia del episcopado católico argentino. Aspectos políticos del discurso religioso. Entre el autoritarismo y la democracia (1965-1990)”. *Revista Signos* 43.72(2010): 9-30. Web. <<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-09342010000100001>>
- Bourdieu, P. “Génesis y estructura del campo religioso”. *Relaciones* 108. XXVII (2006): 29-83.
- Crystal, D. *Language and the internet*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004. Impreso
- De Souza, R. O. “Discurso religioso na mídia digital: entre a diversidade e a intransigência”. *Revista Eletrônica de Teologia e Ciências das Religiões* 1(ene-jun, 2014): 98-110. Web. <<http://revista.faculdadeunida.com.br/index.php/unitas/article/view/4/6>>
- De Vega, M. “Del significado simbólico al significado corpóreo”. *Estudios de Psicología* 23.2 (2002): 153-174. web. < DOI: 10.1174/02109390260050012>
- González de Requena, J. “Procesos y construcciones: Un análisis de contenido de las metáforas en dos revistas de Psicología”. *Psicoperspectivas* 13.2 (2014): 174-185. <https://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-Vol13-Issue2-fulltext-380>.
- Gouti, G. “Intercambios en los foros de debate: algunos elementos de reflexión para un acercamiento lingüístico”. *Estudios de Lingüística del español* 24 (2006). Web. < <http://elies.rediris.es/elies24/gouti.htm>>
- Kerbrat Orecchioni, C. La enunciación. *De la subjetividad en el lenguaje*. Buenos Aires: Edicial, 2003. Impreso
- Kitova-Vasileva, M. *La “verosimilitud relativa” y su expresión en español*. Santiago de Compostela: Universidad de Compostela, 2000. Impreso
- Lakoff, G. y M. Johnson. *Metaphors we live by*. Chicago: The University of Chicago Press, 1981. Impreso
- Lakoff, G. y M. Turner. *More than cool reason: a field guide to poetic metaphor*. Chicago: University of Chicago Press, 1989. Impreso

- Lakoff, G. *No pienses en un elefante*. Madrid: Editorial Complutense, 2007. Impreso
- Maigueneau, D. *Introducción a los métodos de análisis del discurso: Problemas y perspectivas*. Buenos Aires: Hachette, 1989. Impreso
- Martínez, J.M. “El blog como fenómeno semiótico”. *Revista Electrónica de Estudios Filológicos* 13 (2007). Web. <https://www.um.es/tonosdigital/znum13/secciones/estudios_R_blog.htm>
- Orlandi, E. *A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso*. Campinas: Editorial Pontes, 1996. Impreso
- Palmer, F. *Mood and modality*. Cambridge: CUP, 1986. Impreso
- Pew Research Center. *The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010-2050*. Washington DC: Pew Research Center, 2015. Impreso
- Scolari, C. *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa, 2008. impreso
- Silva-Corvalán, C., ed. *Spanish in Four Continents. Studies in Language Contact and Bilingualism*. Washington DC: Georgetown University Press, 1995. Impreso
- Tolosa, M. “Las redes sociales y el desplome de la pirámide”. *Sitio Cero*. 31 diciembre 2011. Web. Consultado el 20 de diciembre de 2017. <<http://sitiocero.net/2011/12/las-redes-sociales-y-el-desplome-de-la-piramide/>>
- Tolosa, M. *Comunidades y redes sociales. El desplome de las pirámides*, Santiago: Papyrbit Editores, 2013. Impreso
- Van Dijk, T. *Ideología. Una aproximación multidisciplinaria*. Barcelona: Gedisa, 2006. Impreso
- Vilches, L. *La migración digital*. Barcelona: Gedisa, 2001. Impreso
- Vitale, A. “Control de la lectura y reformulación en el ‘Evangelio en Solentiname’ de Ernesto Cardenal”. Ponencia Primer Coloquio Argentino de la IADA, Universidad de La Plata, La Plata, 2003.
- Weber, M. *Sociología de las religiones*. Madrid: elaleph.com, 1999. Web. Consultado el 10 de diciembre de 2017.