

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

PROGRAMA DE LINGÜÍSTICA Y LITERATURA

EVALUACIÓN DE TRABAJO DE GRADO

ESTUDIANTE: *LEYMI CAROLINA LAMBIS CASTRO*

**TÍTULO: “*ESTRATEGIAS DISCURSIVAS Y ARGUMENTATIVAS EMPLEADAS
POR YOUTUBERS PARA PROMOVER EL TEÍSMO Y EL ATEÍSMO.*”**

CALIFICACIÓN

JUAN CARLOS URANGO OSPINA

Asesor

Jurado

Cartagena, Agosto de 2022

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA

PROGRAMA DE LINGÜÍSTICA Y LITERATURA



LEYMI LAMBIS CASTRO

0471610017

Agosto de 2022

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE LINGÜÍSTICA Y LITERATURA

**ESTRATEGIAS DISCURSIVAS Y ARGUMENTATIVAS EMPLEADAS POR
YOUTUBERS PARA PROMOVER EL TEÍSMO Y EL ATEÍSMO**

Trabajo de grado para optar al título de Profesional en Lingüística y Literatura

Presentado por
LEYMI LAMBIS CASTRO

JUAN CARLOS URANGO OSPINA
Asesor

Agosto de 2022

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a una niña de 14 años que veía sus sueños como realidades imposibles, que se sentía incapaz de elegir el rumbo de su futuro, que no veía una opción para ella y que se refugiaba en el mundo alterno que le ofrecían los libros. Además, se lo dedico a mi abuela materna, Lidis Babilonia, quien acompañó a esta niña insegura y, con sus ojos llenos de amor, cada día la motivaba a superarse.

AGRADECIMIENTOS

A mi madre Ledis y a mi padre Milton, por cada uno de los consejos que me brindaron para tener la perseverancia necesaria y lograr la culminación de este trabajo. A mi compañero de vida por el apoyo emocional y ayudarme a reencontrar el sentido de las cosas.

A mi asesor Juan Carlos Urango por guiarme, corregir mis fallas y responder a cada una de mis inquietudes. A todo el grupo de maestros que hicieron parte de mi proceso académico por compartir sus conocimientos conmigo. Y a la Universidad de Cartagena por abrir sus puertas y permitirme vivir esta etapa de mi vida dentro de sus instalaciones.

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| 1. Introducción | 9 |
| 2. El estado de la cuestión | 11 |
| 3. Una aproximación al problema: planteamiento, justificación y formulación | 17 |
| 4. Marco teórico: los conceptos, las teorías y los enfoques | 25 |
| Fenómeno de los <i>youtubers</i> | 25 |
| Discurso de opinión | 28 |
| Análisis crítico del discurso | 30 |
| Teísmo y ateísmo | 38 |
| Filosofía del ateísmo | 40 |
| Filosofía del teísmo | 42 |
| 5. Método y categorías de análisis | 45 |
| Estrategias discursivas | 48 |
| Estrategias argumentativas..... | 50 |
| Falacias argumentativas | 52 |
| Petición de principio..... | 53 |
| Conclusión inatinerente..... | 53 |
| Falsa relación causal..... | 54 |
| Falso dilema | 54 |

| | |
|--|----|
| Ataque personal..... | 54 |
| Apelación a la piedad y a las emociones..... | 55 |
| Falsa analogía..... | 55 |
| Prejuicios por asociación y estereotipos..... | 55 |
| Falso consenso o instinto de la manada | 56 |
| Apelación a la ignorancia..... | 56 |
| Conclusiones o inducciones precipitadas | 56 |
| Sofisma del consecuente | 57 |
| Falsa presuposición o pregunta compleja..... | 57 |
| Falacia del accidente | 58 |
| Falacia de la composición | 58 |
| Falacia de la división..... | 58 |
| Apelación al poder o a la amenaza..... | 58 |
| El hombre de paja..... | 59 |
| La pendiente resbaladiza o apelación a consecuencias indirectas..... | 59 |
| Apelación a una falsa autoridad | 59 |
| 6. Análisis del corpus: como texto, como práctica discursiva y como práctica social..... | 61 |
| 6.1 El discurso como texto..... | 61 |
| Prueba #1 de que Dios no existe (Dalas Review) | 64 |
| Dios ha muerto (La Gata de Schrödinger) | 67 |

| | |
|--|----|
| Dios no existe (Dama G)..... | 69 |
| 6.2 Análisis del discurso como práctica discursiva | 72 |
| Discurso de la Gata de Schrödinger | 72 |
| Discurso de Dama G | 74 |
| 6.3 Análisis del discurso como práctica social | 75 |
| 7. Conclusiones generales | 79 |
| 8. Bibliografía..... | 82 |

1. Introducción

El presente trabajo es un análisis crítico del discurso (ACD) del discurso de opinión de *youtubers* sobre temas religiosos, específicamente sobre la existencia o no de un ser superior, dado que el corpus escogido está direccionado a ello. Este tiene como objetivo principal analizar, desde el ACD, las estrategias discursivas y falacias argumentativas empleadas por los *youtubers* en el discurso de opinión sobre temas religiosos entre 2018 y 2020.

Este objetivo general está compuesto por tres objetivos específicos que ayudarán con el cumplimiento de lo que se quiere conocer, los cuales son:

- Presentar el discurso de opinión de *youtubers* sobre temas religiosos.
- Identificar las estrategias discursivas y las falacias argumentativas que emplean los *youtubers* para exponer sus concepciones ateas.
- Describir la forma en la que se configuran las concepciones ateas en el discurso de opinión de los *youtubers*.

Dichos objetivos específicos, además, serán respondidos a partir de la solución de los interrogantes: ¿Cuáles son las estrategias discursivas y las falacias argumentativas que emplean los *youtubers* para exponer sus concepciones ateas? Y ¿Cómo se configuran las concepciones ateas en el discurso de opinión de los *youtubers*?

Para el estudio se expuso la teoría pertinente relacionada con lo que es el discurso y el análisis crítico de este, así como también todo lo relacionado con la teoría del ateísmo y el teísmo.

Con el fin de entender de una mejor manera la estructura de los discursos ateos, fue necesario exponer un discurso teísta que ayudara a contraponer las dos partes de la temática

y observar la composición argumentativa de cada uno. A partir de esto, se observaron similitudes y diferencias interesantes que caracterizan a cada una de las partes.

El ACD permite abarcar aspectos de los que está compuesto un discurso, como lo son las estrategias y falacias discursivas para lograr emitir lo que se quiere comunicar. Según Wodak y Meyer (2001) un error común es pensar que se requiere de una metodología específica para llevar a cabo un ACD, sin embargo, sí es necesario determinar con antelación de qué manera se realizará tal análisis.

En este estudio, se optó por el modelo de análisis presentado por Arévalo-Salinas (2017), el cual es similar al presentado por Stecher (2009) quien se apoyó en el modelo tridimensional de Fairclough para estructurarlo. Este modelo de análisis implica el estudio del discurso como texto, como práctica discursiva y como práctica social. En el primero se lleva a cabo el análisis meramente lingüístico, en el que convergen los aspectos semánticos, fonológicos y sintácticos, por lo tanto, en este nivel se realiza el análisis de las falacias y estrategias discursivas empleadas por los *youtubers* para presentar sus argumentos a favor de la existencia o no existencia de Dios.

Este estudio es el análisis crítico de una recopilación de discursos de opinión entre 2018-2020 sobre temas religiosos en *youtubers* con el fin de destacar las estrategias discursivas que estos utilizan para lograr emitir el mensaje que desean. Para lograr abarcar todos los aspectos inmersos en el discurso y que ayudan en la composición de él.

2. El estado de la cuestión

En la revisión documental -registros escritos o en cualquier otro soporte- no abundan los trabajos relacionados íntegramente con la temática, el enfoque, el objeto de estudio, incluso en el marco espacio – temporal de este trabajo. Sin embargo, sí es posible hallar referencias investigativas que coinciden en diversos aspectos con nuestra propuesta.

Así, Borrero (2008), analizó las estructuras lingüísticas y las estrategias persuasivas utilizadas en un discurso religioso del Ministerio Internacional Iglesia Agua Viva en Puerto Rico. Para ello, se apoyó en el marco teórico propuesto por van Dijk en su teoría de ACD en el que se establece que el discurso no es, solamente, la verbalización de un mensaje, sino que se sujeta también a aspectos cognitivos como el razonamiento y la comprensión. Dicho estudio arrojó las condiciones lingüísticas y contextuales, que garantizan la efectividad del discurso utilizado en la iglesia con la que realizó su estudio. En estos resultados se resaltan tres como principales al momento de hacer efectivo el discurso, que son, el uso de “la sagrada escritura” para fundamentar todos los planteamientos, la alusión a temas culturales y contextuales para acceder a la ideología de los individuos y cumplir su objetivo y por último, el control de la emisión del discurso (Borrero, 2008).

De otro lado, Gómez (2018) planteó la necesidad de discutir, desde el campo de la comunicación educativa, la masificación del fenómeno Youtuber en los contextos infantiles y juveniles, basándose teóricamente en la *autocomunicación de masas* propuesta por Castells y la *edukomunicación digital* propuesta por Orozco en 2010. A partir de un enfoque cualitativo y métodos hermenéutico-interpretativos, Gómez recolectó la información con técnicas de investigación social tanto *on-line* como *off-line*. En los

resultados se encuentra que, a parte de la intencionalidad comunicativa que tienen los *youtubers*, también hay una de tipo social que intenta transformar el público que los sigue con discursos adaptados a las situaciones que se viven en el momento logrando afectar la ideología de los seguidores (Rincón, 2018).

Arévalo-Salinas (2017), por su parte, investigó las producciones audiovisuales de los movimientos sociales en Youtube, dado que para él esto no ha tenido mayor interés en comparación con otras redes sociales. El autor, expone una metodología que puede ser útil en el análisis de los videos, la cual divide en tres áreas: emisor, mensaje-discurso y receptor.

Arévalo-Salinas (2017) afirma que Youtube es un campo de estudio secundario, a diferencia de otras redes sociales como Facebook y Twitter, donde se expone de manera explícita y congruente una parte bastante grande de la información sobre los movimientos sociales. Esto lo afirma a partir de una búsqueda en las bases de datos Scopus y Sciece, donde al buscar las palabras claves Youtube y *social movements*, la plataforma solo arroja 35 resultados. En cambio, cuando la palabra “Youtube” se sustituye por “Twitter” la cifra aumenta hasta 148 resultados.

En cuanto a la división realizada por el autor y resumiendo su investigación, este afirmó que el área de análisis desde la perspectiva del emisor, se limita a estudiar y/o analizar los perfiles de los productores, es decir, sus motivaciones, percepciones e ideales; en otras palabras, es analizar al autor del discurso. En el área del discurso-mensaje, el autor propone el análisis de los videos en su totalidad, y en el área de análisis de recepción, el impacto de los videos.

El autor concluyó, a raíz del estudio realizado, que es necesario que los movimientos sociales evalúen sus prácticas discursivas para mejorar la interacción con sus públicos, dado que, por la naturaleza de Youtube, en los videos se suele brindar información poco estructurada que le quita veracidad a lo expuesto.

Sánchez (2021) realizó un estudio sobre el problema religioso y la intolerancia que genera en la sociedad contemporánea. Lo anterior, lo realiza desde una postura feuerbachiana, puesto que su teoría del ateísmo humanista propone alternativas para superar el problema social en cuestión.

Sánchez (2021) con su texto, busca explicar la manera en que está situada la religión dentro de los grupos sociales y cómo su posicionamiento genera intolerancia entre los mismos. Su recurrencia a Feuerbach se debe a que este explica lo importante de superar la religión debido a que es más fácil tomar autoconciencia de que la procedencia de un dios depende más de la esencia de un hombre en particular y, por ende, es inviable pretender universalizar a un dios en concreto para unificar la posición moral de toda una sociedad donde habitan miles de escencias distintas.

El autor, en el estudio, afirma que la religión es una enfermedad que tiene como consecuencia evitar la sana relación con el otro que no comparte las mismas creencias y, con ello, una sensación de superioridad sobre los demás por creer que su religión es la única correcta. Además de esto, Sánchez (2021) afirma que cuando el hombre trata de mantener la relación entre el yo y el yo supremo aparta todo lo que no tiene cabida dentro de ella.

Son muchos los trabajos que se han realizado sobre la religión como el que se mencionó anteriormente y sobre la religión dentro de las redes sociales. Pérez-Dasilva y Santos-Díez (2016) realizaron una investigación en Facebook sobre la evangelización en redes sociales relacionada al caso de las diócesis españolas, las cuales estructuran la iglesia española. Los autores analizaron las cuentas de Facebook de cada diócesis por medio de una ficha de análisis que se centra en estudiar el potencial de influencia, la interacción y el compromiso de los seguidores.

Entre los hallazgos encontrados se observó que son 45 mil personas las que siguen estas cuentas, cifra bastante alta teniendo en cuenta que España es un país cada vez menos católico. El tercio de esta cantidad de seguidores tienen un vínculo fuerte con la iglesia en cuestión. Además de esto, Pérez-Dasilva y Santos-Díez (2016) afirmaron que las diócesis españolas utilizan la red social Facebook para reforzar la fe de los creyentes como estrategia progresiva que permite que el catolicismo se adhiera a la sociedad actual y a las prácticas contemporáneas.

Otro trabajo que puede ser mencionado en este apartado es el realizado por Bonnassiolle-Cortés (2014), quien, desde una perspectiva histórica realiza una crítica a la religión y a la iglesia desde el análisis del discurso anarquista chileno. Este trabajo presenta diferentes posiciones ideológicas que pueden ayudar a comprender algunos puntos planteados en el análisis que se presenta en este documento.

Uno de los conceptos que presenta Bonnassiolle-Cortés (2014) es la concepción anarquista que se basaba en que la idea de Dios no solo está relacionada con el desacato del pueblo, sino en todo el entramado de imposibilidades que imponía para estancar a la sociedad en cuanto a ideales, lo cual los situaba en una posición de esclavitud y sumisión.

El autor, dentro de sus conclusiones, afirma que toda la ideología anarquista surgió debido a las malas condiciones de vida a las que estaba sujeta la sociedad por las creencias religiosas de la mayor parte de la población chilena, en este caso. Además, la organización familiar y las relaciones de género impedían el libre desenvolvimiento sexual de la población, dando paso a que este grupo anarquista se opusiera a la existencia de Dios, denunciara la relación Iglesia-Estado-Capital y cuestionara los dogmas y las prácticas culturales de la iglesia.

Por último, Corvalán-Espina (2019) realizó un trabajo parecido al presentado por Pérez-Dasilva y Santos-Díez (2016), pero, en este caso, centrado en la adaptación de la religión católica en general a las redes sociales. El documento busca contribuir al estudio del populismo y el liderazgo centrado en la manera en que la institución católica, liderada por el Papa Francisco, adapta sus procesos comunicativos a los desarrollos tecnológicos actuales.

El autor recopila hechos que muestran la evolución de la circulación mediática de la iglesia católica por medio de su sede principal (La Santa Sede) hasta llegar al uso de las redes sociales como medio de propagación del mensaje divino que tienen por brindar a los creyentes.

Dentro de las conclusiones a las que llegó el estudio se encuentra que la evolución de dicha circulación mediática estuvo estrictamente relacionada a la visión de cada uno de los pontífices que ocupaban el gobierno de la Santa Sede y las necesidades que tenían de comunicar cierto mensaje. Como ejemplo de ello, Corvalán-Espina (2019) presenta el caso de Juan Pablo II, quien pensaba que los fieles eran los que tenían que ir en busca de 'El Mensaje', por lo tanto, no solía presentarse en los medios comunicativos de su momento.

Bergoglio o más conocido como Francisco, finalmente, es quien decide expandir los mecanismos comunicativos de la iglesia por medio de las herramientas virtuales. A raíz de esto, la iglesia católica obtuvo un reconocimiento mucho mayor dentro de las redes sociales y se posicionó con éxito en la red social Instagram.

3. Una aproximación al problema: planteamiento, justificación y formulación

Desde la construcción del Estado-Nación, la iglesia católica se posicionó política y espiritualmente en la organización social, dado que fue declarada como la religión oficial del Estado. Sin embargo, desde el siglo XIX se vio involucrada en polémicas con la corriente liberal, la cual ponía en tela de juicio los valores que debían regir a la sociedad.

Por otra parte, el clero estaba tratando de influir doctrinaria y culturalmente para proteger la tradición católica, teniendo como aliado al Partido Conservador, el cual planeó defender a la sociedad de los ataques secularizadores y la descatolización por medio de campañas de instrucción religiosa realizadas en la prensa y en revistas católicas de la época. Esto ayudó a ampliar la influencia que tenía sobre la sociedad, debido a que no solo se hacían escuchar en los sermones dominicales en los templos sino día a día llegando a un número mayor de fieles. La iglesia católica impulsaba la caridad demandando que los ricos estuvieran atentos a los desvalidos, dado que entendían la cuestión social como una crisis moral.

A lo largo de los años, con la presencia de la religión en cada uno de los eventos mencionados, esta se fue posicionando en las costumbres de la sociedad y empezó a ser indispensable para la estabilidad mental del ser humano. Pero se ha convertido en una institución gigante de la cual derivan estructuras de poder que, de alguna forma, manejan las ideas sociales y muchas de las decisiones que toma el estado para regir a la ciudadanía.

La razón por la que se cree que la religión se estableció en la sociedad es por la posibilidad que les brinda a los hombres de “complacer” sus anhelos y superar las situaciones angustiantes que posee a través de su sentido de finitud, logrando llegar así a un estado de tranquilidad. Tener la certeza de ser finito llevó al hombre a sentir la necesidad de

visualizarse como infinito. Por ello, creó a su dios, y sustentó la moral y las costumbres que concebía como “correctas”.

Los mecanismos lingüísticos que se utilizan en estas comunidades hicieron posible la legitimación de las palabras o rituales que practican, los cuales giran en torno a la manera en cómo se transmite la realidad. Voloshinov y Bajtin ([1929]1992) afirman que dichas formas suelen ser sustituyendo, parafraseando o utilizando sinónimos que logran eliminar información o reconstruir la realidad.

Esta construcción de un Dios, además de posibilitar que se perciba la vida como infinita, dio un orden a la sociedad y respuestas a las preguntas sobre la muerte que no tenían explicación lógica. De esta manera, es como el deseo se convierte en la herramienta de la religión para posicionarse en la existencia de las personas.

Desde el origen de la religión, esta se ha caracterizado por el uso particular de ciertas palabras o terminología con una estructura que ha resultado efectiva para crear fidelidad en los asistentes o creyentes en los dogmas que se profesan. Una de las peculiaridades del discurso religioso es su recurrencia a imágenes para comunicar lo que se quiere expresar, es decir, se utiliza casi siempre el lenguaje descriptivo, el cual, si se toma con literalidad no sería tan efectivo. Por esto, se suelen hacer alusiones a realidades mundanas que soporten, con carácter simbólico, lo que se está diciendo, y se elimine la posibilidad de crear ideas sobre si lo que se dice es comprobable o no.

La religión como estructura de poder, utiliza el discurso lingüístico para persuadir e introducir a las personas en su ideología y obtener el control de los seguidores, construyendo una cosmovisión que excluye la posibilidad de una interpretación de la

realidad distinta, y generando la creencia de que esta es la única interpretación correcta. Por su parte, los *youtubers* analizados en el trabajo, se encargan de deconstruir dicho discurso y construir uno totalmente nuevo que destruye la lógica interna con la que trabajan las iglesias, por lo que resulta importante entender el pensamiento de los ateos o personas con creencias distintas al fanatismo religioso.

Nietzsche habla de una religión que se extinguió hace años y que no puede ser alcanzada por las sociedades de siglos posteriores debido a que se basaba en pensamientos estrictos y puramente individualistas, siguiendo un modelo de persona perfecta. Los pueblos que vivieron con estas leyes divinas estuvieron convencidos de que existe una sola realidad y una sola posible forma de vivirla. El autor afirma que los individuos que profesaron esta creencia, vivieron en negación de su propia naturaleza y sucumbiendo a sus debilidades. Se trataba de un pueblo creador, afirmador de la única realidad, de la vida, del instinto.

Sin embargo, pretender eliminar cualquiera de las creencias existentes y/o vigentes es querer imponer un autoritarismo de la ciencia burócrata, tal y como lo menciona Jiménez (2010). Dicho autoritarismo implica una lejanía de la vivencia inmediata; es realizar un análisis sin haber tenido una experiencia en la creencia sobre la que se habla. Y si la creencia realmente se erradicara, no podría eliminarse de los recuerdos o pensamientos de los individuos. Pero el ateísmo es un fenómeno de resistencia ante la intensión de la religión de intrometerse en temas sociales y asuntos públicos con el fin de construir una sociedad donde predomine la igualdad y no existan modelos de pensamientos.

Si la religión apela a la irracionalidad, es decir, a la creencia para imponer su sistema fundamentalista, entonces ¿a qué recurre el ateísmo para inculcar una sociedad

laica? El ateísmo se mueve bajo sectores sin poder significativo, lo cual ha limitado las posibilidades de establecerse como un esquema mental, por lo que no ha sido posible quitarle a la religión la influencia que tiene en la composición social establecida.

El problema alrededor de la religión radica en que el hombre siempre va a tener la firme intención de defender a su dios, debido a que este representa su verdad, es decir, las personas pertenecientes a una comunidad religiosa tienen la fe en que su dios es como ellos lo conocen y no como los demás piensan que es, lo cual conlleva a que menosprecien a cualquiera que piense distinto, surgiendo así lo que Sánchez (2021) nombró como discrepancia religiosa. Partiendo de esto, se puede afirmar que la fe empieza a sustituir el amor en las comunidades cristianas, puesto que el amor hacia el prójimo depende de las creencias de ese otro, excluyendo a cualquier persona con un pensamiento o postura distinta y poniendo la fidelidad a Dios por encima del respeto hacia los demás.

Por lo anterior, muchos ateos conciben a la divinidad como una herramienta de validación de la superioridad de un grupo social frente a los otros, lo cual rechazan debido a su firme pensamiento de que todo individuo es igual a otro y merece el mismo respeto y aceptación que se dan las personas en un grupo religioso (Sánchez, 2021).

Para los ateos, el hombre que se encuentra en el entramado religioso no tiene conciencia de sí mismo, negando su propia naturaleza y rechazando la del prójimo, dado que conciben lo sobrenatural como lo verdadero y lo único aceptado por un dios superior. Los religiosos sienten ser personas exclusivas que, al posicionarse por encima de sus iguales, empiezan a propagar y brindar intolerancia frente a los actos y costumbres de estos. Desde esta perspectiva, Feuerbach señaló que la religión es un elemento de negación del ser (Sánchez, 2021).

La intolerancia religiosa se solidifica en el momento en que el hombre piensa desde lo individual y no desde el género, pero obligando a las personas a ser parte de una comunidad particular que tiene diferentes perspectivas sobre la existencia humana y la existencia divina. El problema comienza cuando lo particular quiere empezar a globalizarse, olvidando la diversidad existente en el mundo y la necesidad de que cada quien desarrolle y/o decida sus creencias.

El ateísmo humanista, por el contrario, busca que el hombre se encuentre en armonía con los demás y percibe al fanatismo como el obstáculo para conservar y proyectar dicho ambiente. El hombre ateo es el centro de la nueva religión de Feuerbach, donde prima la relación interhumana y el amor frente a todo tipo de individualismo o exclusivismo (Cabada, 2010).

Para Feuerbach, es importante superar la religión. Según este, la sociedad necesita que el hombre pueda tomar autoconciencia de que la procedencia de su dios está enmarcada en las creaciones de su mente y así lograr que el código moral debe responder al género humano y no a las necesidades de una comunidad específica.

Este pensamiento feuerbachiano suele ser compartido por los *youtubers* siguiendo corrientes filosóficas específicas, sujetos a la ciencia misma o partiendo de sus experiencias de vida. Los discursos de estos son emitidos a muchas partes del mundo y son capaces de cambiar mentalidades y concepciones de las personas que lo reciben, es decir, influyen en la sociedad y en la ideología de estas, más específicamente, en los jóvenes y adolescentes, quienes constituyen la nueva capa.

Partiendo de esto y teniendo en cuenta que el tema religioso siempre ha sido un blanco para debatir, este trabajo se propone realizar un ACD sobre el discurso de opinión de *youtubers*, partiendo de que no todos piensan igual con respecto al tema que se presenta y de que algunos opinan sin tener un conocimiento amplio.

La pertinencia del trabajo gira en torno a la imposibilidad de que alguien sea indiferente al tema religioso, puesto que las prácticas culturales en la sociedad están arraigadas a un pensamiento religioso o no, lo cual obliga a las personas a tener una posición concreta frente al tema.

Actualmente se debate mucho sobre las creencias y sobre temas que están relacionados a ella como lo es el aborto y el consumo de sustancias psicoactivas. Las nuevas generaciones tienen más interés por esto, más que todo, de la necesidad de la libertad de expresión y la inhibición de la opresión de la cual la religión suele privar por sus costumbres y reglas basadas en un patriarcado que ya no tiene lugar en el nuevo siglo.

No obstante, es imposible ignorar que aún muchas personas son partidarias de la religión, del creer en lo que dice la Biblia, lo que hace que las opiniones estén divididas, causando el caos en las redes sociales y plataformas digitales como es el caso de Youtube. Consecuente a esto, los *Youtubers*, por su labor social y su compromiso con el público, suelen dar opiniones al respecto siendo conscientes de la variedad de ellas y la posibilidad de abrir una discusión por lo que requieren de falacias y estrategias discursivas que ayuden a legitimar su opinión al respecto.

En este contexto, se escogerán *youtubers* que cumplan con los parámetros necesarios para llevar a cabo el estudio, los cuales deben ser, primeramente, contar con un público

numeroso, puesto que a partir de ello se puede determinar si el discurso que emplea es legítimo o causa un fuerte impacto en la sociedad y que el discurso vaya acorde con el tema escogido. Luego de esto se analizarán las falacias y estrategias discursivas presentes en el discurso de opinión que emitan, los cuales tuvieron que ser publicados entre 2018 y 2020 para mostrar la frecuencia de uso de estas e identificar el contexto discursivo en que son empleadas y determinar o deducir el porqué de la recurrencia a dicha estrategia. Así, y luego de haber planteado el problema en cuestión, cabe mencionar que el análisis pretende responder a la pregunta problema: ¿Cuáles son las estrategias discursivas utilizadas por *youtubers* para promover las concepciones teístas y ateístas?

En tal sentido, este estudio acerca de los argumentos, las falacias y las estrategias discursivas en los discursos de opinión sobre religión en *youtubers*. Esto nos permitirá precisar las características del discurso a las que están sujetas las estrategias discursivas empleadas y la razón por las que recurren a ellas. Por otro lado, cabe resaltar que es una investigación que no se ha realizado, pues, los antecedentes encontrados muestran estudios centrados en discursos religiosos de iglesias y canciones cuando de temas religiosos se trata, lo que le da tanto relevancia como pertinencia al trabajo.

En cuanto a los aportes que se quieren dar al ámbito académico, no es más que una mirada a la clasificación de falacias y estrategias discursivas con las respectivas razones de uso de cada una, además de brindar un ejemplo más del afianzamiento del ACD, lo que permitirá mostrar la aplicabilidad de las teorías usadas y la demostración de la eficiencia de las estrategias para lograr emitir el mensaje con la intención precisa.

Recordemos que la religión siempre ha sido y sigue siendo uno de los temas más debatidos en la sociedad debido a la brecha que existe entre el número de creyentes y de

ateos, agnósticos o escépticos a la religión. Por lo tanto, este tipo de estudios, además de ayudar a los lectores a replantearse sus ideologías u organizar de mejor manera sus argumentos, permite a la población académica afianzar los conocimientos tanto de la teoría como de la aplicabilidad de esta.

4. Marco teórico: los conceptos, las teorías y los enfoques

Para analizar los discursos de opinión propuestos en el presente estudio, se tendrá como base a Ruth Wodak y su teoría de ACD expuesta en el libro *Métodos de análisis crítico del discurso* el cual escribe junto a Michael Meyer y otros. Esta teoría es la pertinente para el estudio, dado que incluye los discursos institucionales, políticos, de género y mediáticos, lo que le da cabida al propósito de este trabajo. Además, se expondrá lo relacionado al discurso de opinión, el fenómeno de los *youtubers* y las estrategias discursivas.

Fenómeno de los *youtubers*.

Uno de los fenómenos mediáticos más importantes del momento es el de los denominados *youtubers*. Estos, por lo general, son jóvenes usuarios de internet que, por medio de videos publicados en la plataforma Youtube, han alcanzado la fama y/o popularidad. Además, los jóvenes han tenido la oportunidad de esparcir su fama a través de canales televisivos o medios de comunicación tradicionales, debido a su alto impacto en la comunidad juvenil.

En palabras de Ardèvol y Márquez (2017) y desde la perspectiva de los jóvenes consumidores de contenidos publicados en la plataforma, “los *youtubers* son ejemplos de un éxito social “fácil”, que han conseguido cierto estatus económico a partir de su creatividad y su autenticidad, es decir, de ser ‘ellos mismos’, y de expresar directamente lo que les gusta, sienten y piensan a través de sus vídeos”.

Hidalgo-Marí y Segarra-Saavedra (2017) afirmaron que un *youtuber* es cualquier persona que tenga abierto un canal en la plataforma de Youtube y que publique videos con

el objetivo de conseguir visitas y tener una audiencia. Sin embargo, no todas las personas que empiezan a hacerlo, logran tener un impacto en el mundo, dado que se requiere crear un movimiento social en torno al canal y haber despertado el interés en un número elevado de usuarios; además, este número de seguidores y visualizaciones debe mantenerse en un crecimiento constante.

El éxito de la plataforma Youtube, se debe a sus características audiovisuales y su desenvolvimiento en una generación ansiosa de interactividad e inmediatez. Boyd (2014) señaló que una de las características que resaltan en la plataforma es la capacidad de generar comunidades entre los usuarios, puesto que estos suelen interactuar con personas con intereses similares.

Este fenómeno se originó en 2007 en los EE. UU con Justin Ezarik, la primera chica considerada youtuber de la historia de la plataforma. Su primer video alcanzó tres millones de reproducciones, extendiéndose el fenómeno alrededor del mundo y por lo cual la plataforma abrió un *Programa de partners* donde se regulan los ingresos provenientes de canales exclusivos de *youtubers* (Hidalgo-Marí & Segarra-Saavedra, 2017).

En este tema, es importante mencionar la existencia del término *influencer*, puesto que este suele confundirse con el de *youtuber*. Este anglicismo hace referencia a una persona influyente en un gran número de seguidores por medio de sus opiniones y comentarios expresados en sus redes sociales. Un *youtuber* puede considerarse *influencer* cuando su fama no solo se encuentra en Youtube, extendiéndose hacia otras redes sociales o más allá de solo el mundo digital (Márquez & Ardèvol, 2018).

Siguiendo a Ardèvol y Márquez (2017), los *youtubers* han creado un estilo comunicativo particular en el mundo digital que los diferencia y/o resalta entre todos los demás famosos. Este estilo comunicativo les ha permitido contruir una audiencia que se identifica con lo que piensan, viendo en ellos unos referentes culturales con los que comparten un mismo lenguaje y los mismos temas de interés. Lafkioui (2008) afirmó que el estilo de los *youtubers* es una mezcla de la narración oral junto con otras formas expresivas gráficas, sonoras, textuales, performativas, entre otras. Por lo anterior, es posible afirmar que se trata de una oralidad multimodal constituida por recursos estéticos y tecnológicos con una gran significatividad.

Con el fin de que quede más claro lo anteriormente expuesto, es importante desglosar las características del estilo *youtuber*. Para esto, y siguiendo a Ardèvol y Márquez (2017) vale mencionar que estas están constituidas por la narración oral, el carácter artesanal o “casero”, y el estilo personal de cada uno de ellos. En cuanto a la narración oral, es preciso señalar que puede ser comparada o relacionada con la figura tradicional del cuentacuentos o narrador, dado que suelen contar historias a través de sus videos, lo cuales suelen estar relacionadas con sus experiencias, aficiones, opiniones, entre otras.

Independientemente de lo que trate el video, los *youtubers* construyen un relato oral en cada uno de ellos. En este caso, lo que hace particular a la oralidad de estos es la manera en que borran la línea que los separa de su audiencia, creando un vínculo más estrecho e involucrándolos en este. Esto lo logran con el uso recurrente de frases como “*hoy quería contarles*”, “*quería contarles*”, “*me interesa la opinión de ustedes*”.

Según Pereira, Moura y Fillol (2018) el estilo oral de los *youtubers* es el ritmo del discurso y el uso de una jerga específica, permitiendo una interacción con la audiencia, lo

cual suele ser la estrategia de *engaging* o *engagement*. El *engagement* en redes sociales es el valor que cada creador le da a su contenido, y por el cual la audiencia desarrolla un compromiso con este, teniendo experiencias interactivas con el creador (Bergareche-Rubio, 2019).

Discurso de opinión

El discurso de opinión es tratado, mayormente, por la ciencia de la comunicación desde los estudios sociológicos, dado que este suele utilizarse en la cobertura noticiosa, donde se reporta un evento reciente, el cual se caracteriza por presentar la noticia de tal manera que parezca un retrato de la realidad, dando opiniones sobre el tema o sobre las personas implicadas en el evento, y complementándola con información del contexto. En este caso, el reportero, de alguna u otra forma, no puede alejarse de la verdad acerca de lo sucedido, por lo tanto, aunque haya una opinión de por medio, no es su voz la que predomina en el discurso.

El discurso de opinión, además de esto, también es utilizado en la caricatura política, donde al contrario del caso de la cobertura noticiosa, el caricaturista plasma plenamente su mensaje y/o su opinión a través del reporte de un evento ficticio o real. En este caso no se tiene una expectativa sobre el autor de la caricatura, solo se espera coherencia con las ideas, pensamientos y opiniones que este ha expuesto en el pasado, es decir, se espera que la opinión que expresa la historia vaya acorde a los ideales del caricaturista.

Si bien existen varios planos periodísticos en los que puede aparecer el discurso de opinión, este representa la opinión personal de un individuo en congruencia con su derecho a la libre expresión. De esta manera, cabe precisar que el discurso de opinión no está ligado

a compromisos institucionales, sino que más bien está ligado a opiniones, ideas o formas de pensamiento subjetivas de individuos singulares (López-Gallegos & Chihu-Amparán, 2008).

Una característica del discurso de opinión es su influencia sobre los demás individuos cuando el que emite su perspectiva sobre cierto tema, tiene un poder o es dominante ante un grupo de personas. Van Dijk (2003) lo explicó refiriéndose a los discursos de las élites, los cuales eran publicados en la prensa y escuchados por una minoría que, de alguna u otra forma, se sentía parte de ese conjunto o grupo.

Van Dijk hizo una observación detallada de los discursos de opinión y encontró dos aspectos parecidos en cada uno de ellos. Estas semejanzas son las “proposiciones evaluativas” y “creencias factuales” o hechos sociales. El discurso de opinión tiene consecuencias cognitivas en la mente de quienes reciben un mensaje con opiniones personales, puesto que generan confusiones relacionadas con la verdad o falsedad de lo que se emite.

López-Gallegos y Chihu-Amparán (2008) citando a Greenberg (2000):

“Abiertamente por puntos de vista sesgados, que no buscan ser objetivos, justos o balanceados. Los discursos de opinión no sólo toman partido al momento de evaluar los eventos, sino que también explican estos eventos de forma que buscan, primero que todo y principalmente, atribuir responsabilidades. Los discursos de opinión están orientados fundamentalmente, aunque no exclusivamente, a atribuir culpas y, en esa medida, intentan movilizar y agrupar a los lectores en torno a ciertas posiciones ideológicas, al razonar en formas que harán conexión con las éticas y las emociones de dichos lectores” (p. 520).

De esta manera, es preciso afirmar que el discurso de opinión cumple con dos aspectos que pueden llegar a ser contradictorios entre sí. El primero es que este es subjetivo y sesgado, y el segundo es que pretende presentarse ante los ojos de los demás como argumentos objetivos basados en teorías o conocimiento factible. La forma en la que estos aspectos logran conciliarse es a través del ocultamiento de la subjetividad mediante la fundamentación en fuentes externas objetivas (López-Gallegos & Chihu-Amparán, 2008).

Análisis crítico del discurso

Como expone Fairclough, uno de los autores del libro en el que se apoya la investigación, muchos aspectos que componen los asuntos humanos como las interconexiones y los encadenamientos de causa y efecto pueden ser difíciles de reconocer, por lo que propone la “crítica” como el medio para hacer visible el entrelazamiento o conexión de la cosa. Sujeto a esto, se puede decir que el ACD está en la libertad de analizar estas relaciones que se esconden detrás del lenguaje.

También es importante resaltar una afirmación de Habermas (1977): “El lenguaje es también un medio de dominación y una fuerza social”, dado que esa dominación y la forma en la que se logra, es lo que se quiere descubrir en el presente estudio, resaltando, más que todo, el segundo aspecto mencionado a partir del estudio de las estrategias discursivas que utilizan para lograr ejercer el poder que desean sobre el público.

Sin embargo, van Dijk (2003) establece una diferencia entre el análisis del discurso y el análisis crítico. El primero se caracteriza por incluir todos los aspectos inmersos en el discurso, ya sean visuales, fonológicos, sintácticos o semánticos. Por otro lado, el ACD permite escoger los aspectos que se van a analizar y que tengan una implicación relevante en los objetivos propuestos o en lo que se quiere centrar el estudio. En estos aspectos

escogidos existe la posibilidad de incluir algunos de manera arbitraria e incluso un poco informales para lograr establecer con especificidad los vínculos entre el texto y el contexto.

Por lo anterior, es complicado determinar de entrada los aspectos que se analizarán sin antes haber hecho una revisión del corpus a estudiar y establecer lo más relevante del contexto comunicativo de cada discurso, dado que, aunque el tema sea el mismo para todo, muchos de ellos se dan bajo situaciones distintas (Wodak & Meyer, 2001).

Pero, ¿qué es el ACD? van Dijk (2003) afirmó que este es una perspectiva crítica, es decir, un análisis del discurso que toma una actitud frente a los problemas sociales, especialmente en el papel del discurso como reproducción y producción del abuso del poder o de la dominación. En palabras del autor, “la investigación realizada mediante el ACD combina lo que, de forma tal vez algo pomposa, suele llamarse «solidaridad con los oprimidos» con una actitud de oposición y disidencia contra quienes abusan de los textos y las declaraciones con el fin de establecer, confirmar o legitimar su abuso de poder”.

En otras palabras, van Dijk percibe el ACD como un estudio que parte de los problemas sociales predominantes y que se sitúa en la posición de los menos privilegiados para analizar de manera crítica a quienes poseen el poder; busca contrarrestar la desigualdad social por medio del estudio del modo en que se abusa del poder social. Esto se encuentra un poco relacionado por los inicios de este, situados en la psicología y las ciencias sociales. Por esto, son importantes las nociones de crítica, ideología y poder expuestos por Ruth Wodak, quien sujeta a van Dijk, relaciona cada concepto para construir una crítica completa.

El concepto de “crítica” en el ACD va más allá de la autocrítica y vigilancia. Los investigadores críticos no solo tienen en cuenta la influencia social de su trabajo, sino también se sitúan en una perspectiva temática determinada para que el estudio sea claro y prescinda de subjetividades o malentendidos.

Para ACD, la ideología influye en la conservación y el establecimiento de las relaciones de poder. Por otra parte, la lingüística crítica tiene un interés en estudiar la forma en que la ideología es construida a través de lenguaje. Thompson (1990) afirma que estudiar las ideologías o una ideología en específico, implica analizar las maneras en que esta es construida y transmitida, por ende, el estudio de la ideología es un estudio del lenguaje y de la forma en la que se emplea para lograr conocer el significado preciso.

En cuanto a la noción de crítica (concepto primordial en el tema que se trata en el presente trabajo) se requiere de una distancia de los datos para lograr tomar una postura objetiva de estos. Al respecto, Picazo-Tadeo (2014) afirma:

“El ACD se propone analizar las relaciones entre el trabajo académico y la sociedad para producir conocimiento y opiniones y comprometerse en prácticas profesionales favorecedoras del cambio social y político. Un objetivo esencial es resistir contra el dominio social y la desigualdad. El abuso de poder de grupos e instituciones dominantes se analiza desde una perspectiva coherente con el grupo dominado. Se muestra cómo el uso del lenguaje, el discurso, la comunicación posee dimensiones cognitivas, emocionales, políticas, sociales, culturales e históricas, lo cual induce a un estudio interdisciplinar. Los grupos dominantes son capaces de establecer, mantener y legitimar su poder con recursos discursivos. Así, el ACD muestra a partir de textos concretos cómo funcionan los discursos,

qué estructuras y estrategias de texto usan y cómo se relacionan con su contexto social y político”

Ahora bien, el discurso puede ser estudiado tanto a nivel de estructura como a nivel cognitivo. En el primero se tiene en cuenta la sintaxis, la semántica, la estilística y la retórica, además de los géneros argumentativos y narrativos. El segundo abarca todo el proceso mental que se realizó para su producción y comprensión, es decir, el conocimiento, las actitudes y otras representaciones mentales que influyen en la construcción del discurso y en el momento en que este fue emitido.

Es aquí donde se hace pertinente comprender el discurso como acción, dado que este es un fenómeno práctico, social y cultural que está inmerso en un contexto específico de tipo social y/o cultural. Esto no elimina la posibilidad de un estudio estructural del discurso, puesto que sigue siendo necesaria una organización, sin embargo, sí implica un análisis más profundo. Cabe mencionar, que aunque este nivel estructural sí se estudia como algo abstracto que marca la coherencia de lo que se expresa, esto también puede ser analizado en términos de estrategias utilizadas por los usuarios del lenguaje.

Los usuarios, asimismo, utilizan de manera activa el habla y la escritura desde una posición, es decir, desde su pertenencia a un grupo social, ya sea este como profesional, como miembro de una comunidad o alguna cultura específica. En estos roles o identidades se puede mencionar el ser hombre o mujer, negro o blanco, viejo o joven, médico o paciente, pobre o rico, amigo o enemigo, etc... De esta manera, cuando se producen discursos en situaciones sociales específicas los usuarios, a su vez, construyen o muestran su identidad y su rol.

A pesar de que la escritura y la lectura también son formas de acción social, la mayoría de análisis sobre discursos se enfocan en la interacción oral. La mayor parte del habla cotidiana se realiza de forma espontánea y posee factores comunes con el habla improvisada como lo son los errores, pausas, reparaciones, falsos comienzos, repeticiones, superposiciones, etc. Asimismo, cuando se está en una conversación o se escribe, a su vez, se realizan actos como acusar, responder, defender, ser cortés, aseverar o autorepresentarnos de manera positiva. Esto es la constitución compleja del discurso, el cual es una compleja jerarquía de actos en niveles diferentes de abstracción.

En este sentido, también es preciso mencionar el concepto de *práctica social*, dado que este hace referencia a una dimensión más amplia del discurso en la interacción interpersonal. Este concepto permite abarcar el discurso como acción teniendo en cuenta las funciones sociales, políticas o culturales inmersas en los discursos institucionales. En este caso, es posible hablar de jerarquía de funciones, permitiendo un enfoque social integrado donde no se excluye un aspecto por ser menos relevante.

La *práctica social* está compuesta por un conjunto de microacciones que, a su vez, hacen parte de actos sociales. Es decir, los actos sociales de nivel superior son pequeñas microacciones compuestas por aspectos locales que conforman o componen los aspectos globales del discurso. A partir de esto, es posible afirmar que el discurso puede ser estudiado desde lo más micro hasta lo más macro.

El discurso puede ser abordado desde diferentes perspectivas sociales: acción, contexto, poder e ideología. La acción está ligada a conceptos como la intencionalidad, la perspectiva y la interacción. Van Dijk (2000) afirmó que muchas veces la acción no es percibida como tal, dado que el acto no parece intencional. El autor pone de ejemplo el

caerse por las escaleras. Asimismo, el discurso puede percibirse como una acción moral, social o legal aunque no se esté haciendo algo realmente.

El habla suele realizarse con una intencionalidad específica, ya sea comunicar algo, ofender, defender, discutir, etc. Por lo tanto, el discurso sí es una forma de acción y aunque la intención varíe, todas estas acciones son actos comunicativos a los cuales se les atribuye una interpretación o definición racional sujeta a la perspectiva de los *actores* sociales.

La perspectiva, entonces, es el determinante de la comprensión del acto comunicativo por parte del hablante y el receptor. Estas, en ocasiones, pueden diferir debido a que el primero realiza el acto comunicativo basado en experiencias reales, pero el receptor simplemente interpreta a partir de lo que escucha. Es decir, la intenciones de los discursos, la mayoría de veces, alcanzan perspectivas distintas.

Pasando al contexto como perspectiva social del discurso, van Dijk (2000) afirma:

“En el estudio del discurso como acción e interacción, el contexto es crucial. La distinción principal entre el análisis abstracto del discurso y el análisis social del mismo es que el segundo toma en cuenta el contexto. Se sugirió provisionalmente que este contexto puede involucrar parámetros como los participantes, sus roles y propósitos, además de propiedad de un marco, como el tiempo y el lugar” (p. 32).

Entre las características importantes del contexto, es necesario mencionar a los participantes, el marco y la utilidad. El marco, hace referencia a la situación social en temas de lugar, tiempo y la posición del hablante. El lugar se hace relevante cuando es hablante está enfrente de una grupo, ya sea porque es una conferencia o una clase magistral, entre

otros, o porque esto implica un tipo de análisis diferente, dado que influye en el contexto. Así, el marco puede ser privado, público, formal, informal, etc...

En cuanto a la utilería, esta se hace relevante cuando los objetos inmersos en la situación comunicativa tienen un papel fundamental en esta. Es decir, cuando los objetos son típicos de una situación y significan algo, como es el caso de banderas, uniformes, instrumentos, y otros.

Por otro lado, pero sin desligarse de lo que se viene explicando, el poder es uno de los conceptos que organiza la relación entre el discurso y la sociedad. Van Dijk (2000) menciona cuatro tipos de poder: *corporativo, blanco, masculino y político*. Aunque todos son tipos diferentes, el poder en general está enfocado o ligado al control de la acción y la mente, lo cual puede resumirse en un poder social.

El concepto central en este caso para explicar la definición de poder social es el de *control*, dado que se tiene poder si, además, se posee control sobre un grupo. Es posible afirmar que se tiene control si influimos sobre las acciones de otros y esas acciones son tal y como el dominante las desea.

En la sociedad, más que un poder coercitivo, prima el poder mental, el cual se propaga a través de discursos, ya sean emitidos como órdenes, sugerencias, manipulaciones, persuaciones, entre otros. Sin embargo, las órdenes pueden ser determinadas como tal si alguien está ahí para obedecerlas. En este análisis, es necesaria la existencia del discurso, la acción y la cognición.

En caso de querer impartir órdenes, muchas veces, es mejor persuadirlo para que haga algo. Por esto, van-Dijk (2000) habló sobre *el poder persuasivo*, el cual se ejerce con

argumentos u otras formas de persuasión, de tal manera que la alternativa contraria parezca menos atractiva. Entre estas otras formas de persuacion es posible mencionar las sugerencias o consejos. El fin de persuadir es manipular la mente del otro con el fin de que este haga lo que queremos por voluntad propia.

Si un discurso logra que las personas actúen como se planeó, quiere decir que el otro ha sido manipulado de manera exitosa. Normalmente se menciona el término *hegemonía* para hablar de este poder social, donde las personas actúan según la intención de quien lo manipuló, sin haber impuesto una orden, una sugerencia o una solicitud.

De esta manera, van Dijk (2000) afirmó que el control mental se da de forma exitosa cuando se llevan a cabo o se cumple con condiciones específicas. Como ejemplo de esto mencionó: “cuando no existen otras fuentes de información y opinión, cuando las actitudes, intenciones y acciones preferidas no son obviamente inconsistentes con los intereses de aquellos que son manipulados de esta manera” (p. 44).

Por último, el concepto de *ideología* en las perspectivas sociales del discurso establece un vínculo entre el discurso y la sociedad, dado que en el discurso se expresan las ideas que tiene cada ser humano, y por medio de este mismo se imparte a la sociedad. Las ideologías suelen estar sustentadas o desarrollas por un grupo dominante para legitimar su veracidad. Un ejemplo de ello es presentar lo dominante como algo impartido por Dios.

Van Dijk (2000) afirmó que la ideología sirve para resolver problemas como es el caso de la coordinación. Es necesario que a sociedad coincida en cierto tipo de ideas para lograr la conformación de una comunidad que es capaz de convivir en un mismo entorno.

Harari (2014) coincide con van Dijk en esto, y mencionó aspectos específicos en los que la humanidad tuvo que coincidir para conformar la sociedad que conocemos hoy en día.

Los discursos de opinión sobre la religión emitidos por los *youtubers* serán analizados como discursos de poder, ya que recaen sobre un público bastante amplio y que para ello se sirven de medios lingüísticos. Si bien, cada *youtuber* tiene una concepción distinta sobre la religión, los discursos escogidos tienen en común el estar en contra de lo que se profesa en las iglesias con el fin de conocer las formas de persuasión que utilizan.

Teísmo y ateísmo

Es preciso afirmar que, a lo largo del tiempo, siempre han existido personas creyentes, no creyentes y escépticos, pero sus ideas siempre han estado sujetas al momento histórico en el que se sitúan. Epicúreo Filodemo propuso tres tipos de ateísmo en la antigüedad. Fernández-Paniagua (2012) las explicó así: “los que dicen que es imposible saber si existen los dioses o qué aspecto tienen; los que manifiestan abiertamente que los dioses no existen, y los que lo reconocen de manera implícita”.

Fernández-Paniagua, citando a Fernando Savater, afirma que este habló de tres actitudes básicas ante la divinidad, las cuales son, en primer lugar, la de quien considera falso la existencia de uno o varios dioses; la segunda, quien piensa que creer en Dios es creer en algo invisible con rasgos incomparables a lo que conoce un ser humano; y la tercera, la de quienes consideran a la divinidad como un bosquejo mitológico de un concepto sobre la realidad.

Nietzsche participa en la parte dominante de la filosofía contemporánea donde las bases religiosas desde la idea de un Dios absoluto son contingentes, dado que todos los

conceptos hoy conocidos y utilizados comunmente por la gente son metáforas construidas por el hombre en el afán de enfrentarse a la realidad y que, por ello, han permanecido como conceptos que representan verdades inquebrantables.

Además de esto, Nietzsche admite que la cultura occidental está hecha a la medida de la religión y que muchos de los conceptos bajo los que opera la realidad fueron creados por los cristianos, logrando moldear la conciencia del hombre a conveniencia de sus convicciones, lo cual es importante para este, debido a que la vida necesita un porcentaje de falsedad, dado que el hombre tiene una necesidad de fingir sobre ilusiones para lograr sobrevivir.

Según Nietzsche, el arte y la religión construyen un velo que funciona como un filtro que canaliza los horrores del mundo, convirtiéndolos en ficciones creativas que eliminan el caos de la vida. Por esto, en el concepto de religión de este supone un estado previo a lo racional o al pensamiento lógico, puesto que sus explicaciones se fundamentan en la casualidad, donde no hay leyes y todo es considerado como arbitrario (Picazo-Tadeo, 2014).

En este caso, se expondrá el ateísmo y teísmo como se conoce hoy, para lo cual sería necesario hacer ciertas aclaraciones como los cambios históricos que se han dado a lo largo del tiempo, sin embargo, esto no se encuentra en lo que corresponde al presente estudio, de igual forma, cabe mencionar que el concepto de Dios, Deidad u otro término referente se ha hecho impreciso con el transcurso del tiempo, es decir, la fuerza de su significado se ha visto en decadencia a medida que la mente humana comprende los fenómenos naturales y que avanza la ciencia.

Goldman (1916) afirmó que la idea de Dios siempre ha estado en constante cambio, adaptándose a cada fase de la vida humana, lo cual va de la mano con el origen de dicho concepto. Por otro lado, Antony Flew considerado uno de los grandes maestros del ateísmo (pero no ateo radical) afirmó que ni el ateísmo ni el teísmo son obvios, debido a que corresponde a la posición que tome una persona ante el enigma. Según el autor, el teísta debe ponderar los argumentos del ateo, y así mismo, el ateo debe analizar el pensamiento del religioso. Para esto, este recurrió al método analítico, donde se examinaban los argumentos referentes a la existencia de Dios, los cuales después de años resultaron siendo insuficientes ante el constructo que proponían los teístas.

Sin embargo, Flew siempre estuvo abierto a debatir nuevamente, incluso, eliminando cualquier consideración preexistente. Su imparcialidad hacia que sus argumentos fueran pertinentes y razonables, por esto, Antony más adelante descubre lo divino como una peregrinación de la razón, y no de la fe, como él lo denominó (Monserrat, 2013).

A partir de esto se puede observar la posibilidad del cambio de idea o pensamiento sobre lo religioso, pues, Flew pasó de una creencia filosófica donde se apartaba la idea de la existencia de Dios a la creencia de una inteligencia infinita que le da un sentido específico a la realidad.

Filosofía del ateísmo

La filosofía del ateísmo tiene como objetivo emancipar al ser humano de las religiones o deidades, ya sea judío, cristiana, musulmana, católica, budista, u otra. Esta niega toda servidumbre de la idea de Dios y se opone al principio teísta. Su fin ha sido liberar al hombre de una idea referente a los fantasmas del más allá, creado por el ser

humano mismo, representando un concepto de vida que sobrepasa lo metafísico y que, por el contrario, hace referencia a una realidad lógica (Goldman, 1916).

Los ateos consideran a las masas creyentes como una industria que ofusca o nubla la razón humana. La principal preocupación de los teístas, por esto, es recuperar y ganar nuevos miembros para su comunidad, ya sea porque de una u otra forma perdieron el sentido de lo que venían construyendo o aun no conocían la “verdad divina”. Goldman afirmó que la belleza como un regalo del cielo es inútil ante la posible libertad con la que sueña el hombre, la cual solo será verdadera cuando este entienda que el único cielo apto para el ser humano es la tierra.

Foucault concibe a la religión como un macroorganismo que controla al hombre desde cada ámbito de la vida cotidiana, y se asegura de manejar el más mínimo detalle, generando una presión grupal que impide obrar al hombre de manera libre. Por lo que, no en vano, en la actualidad esta tiene un interés especial en intervenir en la educación, la sanidad, los colegios, y los hospitales con el fin de tener un control más organizado en la sexualidad, el cuerpo, la natalidad, la higiene sexual y la higiene mental, entre otros. Esto último quiere ser logrado por la iglesia independientemente de la ideología del hombre al que limitan o controlan (Picazo-Tadeo, 2014).

De esta manera, el ateísmo ayuda al hombre a independizarse del castigo al cual está acostumbrado a recibir como recompensa, e incluso son los ateos quienes vieron, lucharon y murieron por los teístas, dado que estos últimos no creen en la justicia y/o moralidad fuera de la que brinda el poder divino. Por esto los ateos han sido siempre los valientes exponentes y pregoneros, que luchan por los cambios sociales y materiales de la raza humana. Es así como el ateísmo, negando la existencia de dioses, es la base más estable

para la vida eterna, el propósito, la belleza y la libertad vigente en el plano terrenal (Goldman, 1916).

Solari (2019) citando a Zubiri afirmó que el ateísmo es una actitud radical ante el problema de Dios, el cual tiene todo ser humano, quien es en sí mismo el problema. Este requiere de una mentalidad tan razonable como las posibles actitudes que se pueden tomar frente a este, como lo son la teísta, la agnóstica y la indiferente, debido a que ninguna está situada por encima de otra.

A pesar de que el ateísmo existe fuera de Occidente este se desarrolla de manera peculiar en Occidente moderno desde la Ilustración radical en adelante. Por ejemplo, Darwin rechazaba la idea de que los no creyentes recibieran un castigo eterno, y que el Antiguo Testamento fuera más creíble que los libros sagrados de otras religiones. Este consideró que la creencia en Dios otorga la fortaleza psicológica a la experiencia heredada, la cual se introduce en la mente de los niños a una edad temprana. Por esto Darwin reconoce la importancia de la difusión del escepticismo o el racionalismo.

Por otro lado pero relacionado con el pensamiento de Darwin, es preciso mencionar la idea de Albert Einstein, expresada en una carta dirigida al filósofo Eric Gutkind, donde afirmó que la Biblia colecciona leyendas primitivas y que toda religión es el resultado de supersticiones provenientes de mentes primitivas.

Filosofía del teísmo

Siguiendo con Solari (2019), y haciendo referencia a Darwin, se puede afirmar que el teísta es quien busca una primera causa que posea una mente inteligente con algún grado de igualdad al de las personas. Asimismo, Flew, como se expuso anteriormente, pasó de un

pensamiento filosófico ateo a conclusiones metafísicas teistas, bajo el argumento de que las leyes del universo son consecuencia de una inteligencia infinita y que manifiestan lo que los científicos han llamado “la Mente de Dios”. Este, bajo la pregunta ¿Por qué creo ahora esto después de haber expuesto y defendido el ateísmo durante más de medio siglo? afirma que la imagen del mundo surge de la ciencia moderna la cual, dimensiona la naturaleza desde tres perspectivas que, de una u otra forma, según Flew corroboran la existencia de Dios.

“La primera es el hecho de que la naturaleza obedece leyes. La segunda es la dimensión de la vida, la existencia de seres organizados inteligentemente y guiados por propósitos, que surgieron de la materia. Tercera es la propia existencia de la naturaleza. Pero no es sólo la ciencia la que me ha guiado. También me ha ayudado la reconsideración de los argumentos filosóficos clásicos” (Flew, 2012).

Todo esto fue planteado por el autor desde una posición subjetiva basada en el método analítico, el cual hace parte de su enfoque filosófico en el que no es dogmático. Ahora bien, según Solari (2019), basado en la posición de Zubiri, una actitud teísta es una solución al problema de la verdad sobre la realidad, la cual puede ser argumentada y/o defendible al igual que la actitud atea, sin que alguna de las dos tenga un mayor grado de acertabilidad.

En cuanto a la percepción que tienen los teístas de Dios, Zubiri la relaciona con la percepción que se tiene de los objetos físicos en el mundo exterior, puesto que esta última está relacionada con la facticidad en el plano táctil, y la percepción de Dios se refleja de manera enigmática en lo auditivo, táctil y direccional, dado que los religiosos lo fundamentan en el poder que este tiene sobre lo real (Solari, 2019).

Bajo la idea teísta, el propósito de la existencia de la tierra es cumplir con el papel de una estación temporal en la que se pone a prueba la capacidad del hombre para cumplir con la voluntad de Dios, y según la ciencia cognitiva de la religión (CCR) esta idea ha logrado persistir debido a que cumple con las tres condiciones de la teoría patógeno-memética, las cuales son la existencia de replicadores, fidelidad/variación y aptitud diferencial; la religión cumple principalmente con la existencia de replicadores, dándose a través de las mentes moldeables de los niños, en los cuales se deposita tal idea (Sierra, 2015).

5. Método y categorías de análisis

El paradigma epistemológico sobre el que se desarrolla el presente estudio es en el histórico hermenéutico interpretativo, dado a que este busca identificar los mensajes no evidentes en los discursos que se estudiarán. Este paradigma sostiene que no existe un saber objetivo y transparente. Además de esto, cabe mencionar que la hermenéutica proviene de la expresión griega *hermeneúcin* que significa el arte de interpretar, lo cual es uno de los propósitos de la investigación (Marrero, Cabrera, & Nieves, 2009).

El enfoque metodológico desde el que se abordará el análisis de los datos es el cualitativo, el cual superpone la característica descriptiva. Sin embargo, este enfoque está compuesto por una visión de mundo bastante particular, donde se requiere de un plan de trabajo específico y donde los modos de recolección de la información y el análisis suelen ser más profundos que la contraparte de este.

A partir de lo explicitado en el párrafo anterior, vale aclarar que el enfoque metodológico cualitativo va de la mano al paradigma epistemológico mencionado, debido a que este último requiere de este enfoque por su minuciosidad en la interpretación que debe ser expuesta de igual forma. Además, los estudios bajo el paradigma hermenéutico tienden a hacer generalizaciones específicas, las cuales también deben ser descriptivas y explicativas (Olabuénaga, 2012).

Consecuente con el paradigma histórico-hermenéutico-interpretativo, y sujeto a lo que requiere la presente investigación, asumimos que esta es de tipo explicativo, debido a que estudia, desde el análisis crítico, los discursos de opinión sobre la religión en *youtubers*, demuestra el uso constante de estrategias discursivas, e identifica la pertinencia de estas en dicho discurso.

El corpus está formado por 7 discursos de *youtubers* donde se emite una opinión religiosa particular. Dicha recolección se llevará a cabo a partir del análisis de contenido documental, ya que este tipo de recolección de la información se caracteriza por tomar los datos de documentos impresos, electrónicos y audiovisuales. En este caso, estaremos haciendo uso del último tipo de fuente, la cual es YouTube (Morales, 2003).

El corpus se escogerá teniendo en cuenta el año en el que fueron publicados, (2018 y 2020), la significatividad para la audiencia; es decir, que fuesen discursos influyentes en un grupo amplio de personas, y por último, su contenido relacionado con opiniones sobre la religión.

El modelo de análisis del presente estudio se hará a partir de la metodología propuesta por Arévalo-Salinas (2017), quien propone estudiar los contenidos publicados en Youtube desde tres perspectivas: Emisor, mensaje-discurso y recepción. Por lo tanto, para el análisis del emisor se observará y describirá el perfil digital de la persona de la cual proviene el discurso teniendo en cuenta la naturalidad de los videos que publica, el tema que suele tratar en estos y el alcance que tiene.

Para el análisis del mensaje-discurso, se expondrá el discurso que cumpla con las características expuestas anteriormente y, desde las teorías expuestas en el marco teórico de Teun van Dijk, Ruth Wodak y demás, se realizará el ACD propiamente dicho. Por último, el análisis de la recepción se hará a partir de los comentarios publicados por los receptores del mensaje en el video correspondiente, logrando conocer las diferentes opiniones de estos. Para escoger los comentarios a analizar se requiere que coincidan con la idea expuesta, que refuten lo expuesto, o que lo problematicen.

Un autor con el que se puede fortalecer dicho modelo de análisis es Stecher (2009) quien, apoyándose en el modelo tridimensional del discurso propuesto por Norman Fairclough, explica a profundidad el modelo que se utilizará en el presente estudio.

Este modelo es un intento de articular los estudios del lenguaje y las ciencias sociales, a partir de lo cual crea una teoría social crítica del discurso. Su tesis tiene como fundamento la necesidad de entender las modificaciones de las prácticas discursivas según el tiempo en el que se emite y, asimismo, la necesidad de conocer los cambios socioculturales para lograr comprender los discursos emitidos en el tiempo correspondiente.

Para llevar a cabo un análisis discursivo bajo este modelo se necesita estudiar el discurso como texto, el discurso como práctica discursiva y como práctica social. El primer nivel de análisis hace referencia a lo meramente lingüístico del texto, esto es los rasgos gramaticales, fonológicos, de vocabulario, de estructura global, y de cohesión. El autor afirma la importancia de este nivel de análisis debido a que a través del uso del lenguaje se presentan relaciones sociales, sistemas de creencias y conocimientos e identidades sociales.

En el discurso como práctica discursiva y que es una parte fundamental del modelo de Fairclough, se hace referencia a lo que, anteriormente, desde Arévalo, conocíamos como recepción del discurso. Es decir, en este nivel el análisis está direccionado a los procesos de interpretación que ha tenido el texto por parte de los interlocutores para mediar entre las estructuras sociales y los textos como acontecimientos particulares. El analista, por su parte, tiene la tarea de comprender de qué manera el texto logró influir en el interlocutor a nivel interactivo, representativo e identificativo.

Por último, Fairclough en su último nivel de análisis propone el discurso como práctica social, haciendo referencia a la influencia del texto en el plano ideológico de la sociedad. De esta manera, el autor afirma que todo discurso tiene efectos políticos dado que hace parte de un entramado de prácticas sociales, las cuales constantemente están fortaleciendo relaciones de dominación inmersas relacionadas con el contexto en el que se lleva a cabo la práctica discursiva.

A través de la aplicación del modelo de análisis presentado se busca comprender los datos y así lograr dar respuesta al interrogante que se formuló. Para ello, en este trabajo se asumirán las siguientes categorías de análisis.

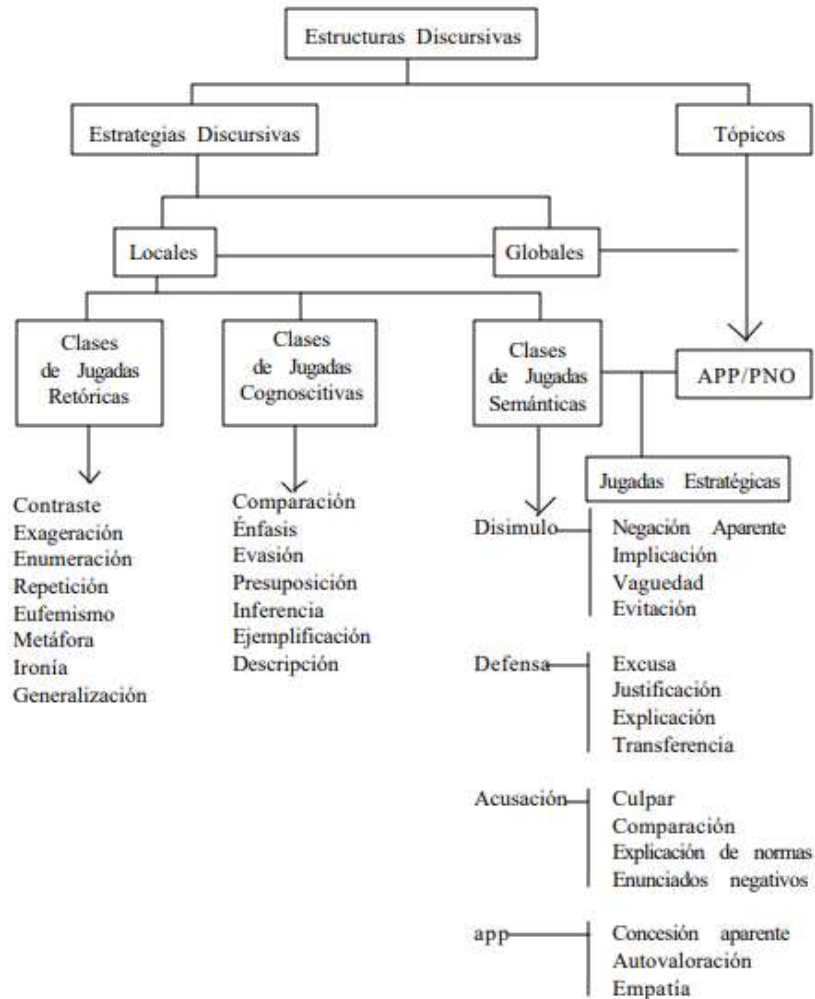
Estrategias discursivas

Si el discurso juega un rol tan decisivo en la reproducción comunicativa y cognitiva de los temas concernientes a la sociedad, es importante conocer las estrategias discursivas que contribuyen a optimizar este proceso. Así, es posible notar que los aspectos específicos del discurso muestran las estructuras de los modelos, prejuicios e ideologías sesgadas subyacentes, y por lo tanto pueden ser más eficientes en la formación, en este caso, de las representaciones religiosas entre la población en general.

Paz y Maldonado (2009), citando a Covarubias (1943), afirman que el concepto *estrategia* desde la etimología, hace referencia a un nombre griego *strategus*, del cual nace el término *estratagema*. Por otro lado, y para completar la definición, los autores, citando a Corominas y Pascual (2000), señalan que el origen de la palabra se vincula con el ámbito militar. Desde la lingüística, el término *estrategia* se refiere a un plano, rutina, regla de conducta bajo las que un hablante emite un enunciado (Cardona, 1991).

Cuando se habla de estrategias del discurso, se distingue entre *discurso primario implicativo-táctico* o también conocido como *habla emocional*, y el *discurso explicativo-argumentativo* o *habla racional*, debido a que esto determina la posición del hablante y el tipo de discurso que emitirá.

En el presente estudio se hará referencia a las estrategias discursivas propuestas por Agudo-Guevara (1999) en su artículo sobre el discurso del arte prehispánico, específicamente las expuestas en el apartado de “Tópicos”, dado que estas, según el autor, manifiestan las ideologías del escritor/hablante y, además, permiten que el interlocutor recuerde la información. Asimismo, los tópicos son utilizados con el fin de persuadir e influyen en las figuras mentales del receptor, que es en lo que se centra el estudio.



Tomado de Agudo-Guevara (1999)

Estrategias argumentativas

La argumentación surge por la necesidad de justificar una situación que puede ser interpretada de manera negativa y puede llevar a una polémica. Es decir, la argumentación surge a raíz de la existencia de diferentes ideas y puntos de vista en la sociedad, puesto que si existiese un acuerdo universal sobre todos los temas posibles, no fuera necesario explicar o respaldar la idea particular.

Quien emite un discurso argumentativo debe estar convencido de que su idea no es una verdad absoluta y que, por el contrario, existen múltiples perspectivas frente al tema tratado. El hablante, en este caso, no puede tener como objetivo convencer al receptor de su idea, sino simplemente plantear las bases justas para convencer su tesis y establecer una conclusión justa (Díaz-Rodríguez, 2002).

Un discurso argumentativo suele ser un discurso coherente y racional que utiliza ejemplos particulares como casos ilustrativos, experiencias personales, datos estadísticos, opiniones de autoridades influyentes en el tema específico que se trata, etc.

Díaz-Rodríguez (2002) expuso la importancia de estudiar la argumentación discursiva desde un enfoque ordinario como la lógica informal, dado que el modelo lógico-formal se considera reduccionista e insuficiente.

El discurso argumentativo es pertinente en casos específicos, puesto que no todas las afirmaciones necesitan de una justificación. Díaz-Rodríguez (2002) expone tres situaciones ante las que es posible emitir un discurso argumentativo; estas son: ante hechos, opiniones y conjeturas. Los hechos, dado que son evidentes por sí mismos no se requiere de un argumento que lo sustente. Sin embargo, en algunas ocasiones, debido a la falta de pruebas, se utiliza un discurso argumentativo para explicar lo sucedido. El autor califica como inapropiado dicho acto, puesto que ello no ratifica si es verdadero o no. Por el contrario, en estos casos es más acertado optar por material observable para constatar la información.

Este no es el caso del discurso de opinión y las conjeturas, dado que estas no son evidentes por sí mismas, sino que, al contrario, necesitan ser sustentadas para lograr convencer a quien escucha o lee. Ahora bien, vale aclarar que existe una diferencia crucial

entre las opiniones y las conjeturas. Las opiniones son creencias basadas en información verídica sobre un tema, mientras que las conjeturas son más que todo suposiciones sin ningún sentido de base. Esto último es importante, dado que es imposible emitir un argumento coherente para sustentar una conjetura e identificarlas permite una mejor comprensión del enunciado del hablante y el objetivo de este.

Falacias argumentativas

Apartando el manejo correcto que se le debe dar al discurso argumentativo, es importante emitir las ideas de manera clara, concisa, pertinente y consistente. Por esto Díaz-Rodríguez (2002) señaló los errores más frecuentes que se suelen cometer al momento de sustentar una tesis y plantear una conclusión con respecto a ella.

Un argumento es defectuoso cuando exhibe una o más de las siguientes anomalías: se apoya en premisas falsas, las premisas no son pertinentes para su conclusión, se emite información relevante muy importante, la sustentación de la conclusión se sustenta en una inadecuada interpretación de los hechos y de las evidencias, la conclusión es el resultado de una deducción defectuosa o de una inducción incompleta, falta precisión en el manejo del lenguaje, se apoya más en la emoción que en la razón, se ignoran puntos de vista importantes que se oponen a los que se defienden, hay desorden en la exposición de las ideas, la información de la fuente es deficiente, se basa en ataques personales, se afirma más de lo que se ha probado (p. 94).

Por esto, es preciso dar paso a la definición de las diferentes falacias argumentativas expuestas por Díaz Rodríguez (2002).

Petición de principio

Esta es denominada por el autor como una estrategia de persuasión por medio de la cual se infiere y/o concluye algo a partir de una premisa que no ha sido debidamente sustentada. Esta estrategia puede detectarse cuando la conclusión repite lo que se afirmó en la premisa de sustentación. Como ejemplo de ello, es preciso citar lo siguiente:

“El español es una materia innecesaria en una facultad de Derecho, por lo tanto debería ser excluida del currículum de la facultad”.

Como se puede observar, esa afirmación no tiene ningún tipo de argumentación ni justificación de base, simplemente se presenta como una opinión sin ir más allá, ni demostrarlo.

En esta estrategia persuasiva, el autor menciona una variación llamada círculo vicioso o razonamiento circular, donde la prueba de lo que se afirma suele ser precisamente la premisa de base, es decir, se parafrasea la afirmación principal y se presenta como una justificación, de tal manera que pase desapercibida.

Conclusión inatinerante

Esta estrategia hace referencia a las conclusiones o argumentos que no están relacionados con la premisa inicial, sino que están sustentados en afirmaciones que se apartan del tema inicial con el fin de distraer la mente del interlocutor. Por lo general, el hablante suele sujetar su argumentación a temas que pueda manejar de mejor forma ya sea porque conoce más sobre este o porque, sin duda, necesita distraer al receptor. Es por esto, que el autor menciona que las falacias suelen ser llevadas a cabo tanto de manera consciente como inconsciente.

Falsa relación causal

Esta falacia argumentativa, la cual tiene como nombre latín *post hoc, ergo propter hoc*, que significa “luego de esto”, hace referencia a presumir que un evento es la causa del otro que le prosigue solo por el hecho de antecederlo, es decir, que el evento número uno es la causa del evento número dos. Por lo tanto, esta falacia suele utilizarse para convencer al interlocutor de que hay una causa dominante responsable del resultado obtenido.

Falso dilema

Esta falacia se debe a la falta de posibilidades positivas que el hablante nota en una situación problemática, es decir, siente que las únicas alternativas son negativas, lo cual lo lleva a un falso dilema. Díaz Rodríguez (2002) presenta dos formas de salir de este falso dilema. La primera opción es mostrarle a la contraparte una tercera posibilidad basada en las dos principales, de tal manera que pueda notar que no son excluyentes. Y la segunda opción es buscar la manera de demostrar que las alternativas no necesariamente llevan a resultados indeseados, sino que, por el contrario, refute la conclusión que lo motivó (retorsión del dilema)

Ataque personal

Como el nombre lo indica, esta falacia recurre a los ataques personales para lograr mantener vigente la premisa que se propone. Esto se logra, debido a que se intenta desprestigiar el nombre del oponente para que la credibilidad de sus argumentos entren en duda. Las personas que hacen uso de esta falacia suelen haberse quedado sin argumentos válidos e intentan desviar la atención del tema central.

Apelación a la piedad y a las emociones

Esta falacia suele ser utilizada por el hablante debido a la falta de razones relevantes. Por lo cual, y al querer persuadir al interlocutor, apela a emociones que, de alguna manera, denoten alarma, piedad o compasión.

Este tipo de falacia suele ser utilizada en los estrados judiciales para que los jueces sientan piedad por la persona a la que se defiende. Sin embargo, esto es visto de manera negativo, puesto que significa que no hay una forma más racional e igual de efectiva que recurrir a los sentimientos, los cuales están exentos de razón.

Falsa analogía

Cuando se habla de analogía se hace referencia a un símil extendido, donde se lleva a cabo la comparación a partir de relaciones. Una falsa analogía es cuando la relación no guarda coherencia con la premisa principal, sino que, más que todo juegan un papel de estrategias expositivas que, de alguna manera, logran complementar lo que se quiere informar.

Para invalidar una analogía se pueden llevar a cabo dos procedimientos. El primero es señalar las similitudes que no aportan un argumento válido para la sustentación de la premisa. Y el segundo, rechazando la conclusión que se planteó basada en las falsas similitudes debido a que no guardan una relación estricta con la premisa principal.

Prejuicios por asociación y estereotipos

Teniendo en cuenta que un prejuicio es una evaluación negativa de algo y que un estereotipo es una creencia o sentimiento sobre los atributos de un grupo. Por lo tanto, un

prejuicio por asociación y estereotipos es una evaluación negativa que se realiza ante los atributos de un grupo.

Un ejemplo expuesto por el autor es: “No es prudente nombrar a un costeño como Ministro de trabajo porque los costeños son perezosos” (p.108)

Falso consenso o instinto de la manada

Como falacia, apelar al consenso hace referencia a creer que un argumento puede ser pertinente o correcto porque un grupo grande de personas comparte la premisa o la conclusión a la que se llega sobre un tema. Esta falacia suele ser bastante utilizada debido a que la sociedad ha sido acostumbrada a pensar en ciertas ideas como verdaderas porque la mayoría lo piensa así, además se suele creer que estas están basadas en un estudio minucioso y que son conocidas por los demás como ciertas, ignorando la necesidad de argumentar o justificar lo que se piensa.

Apelación a la ignorancia

“No es posible que exista vida inteligente en otros planetas diferentes al nuestro, ya que la ciencia aún no lo ha demostrado”. (p. 111)

Apelar a la ignorancia como falacia argumentativa es pretender que un argumento es válido porque así lo cree quien no tiene un conocimiento sobre el tema que se trata. Como se mostró en el ejemplo presentado por Díaz Rodríguez (2002) citado al principio, el autor pretender validar su premisa con un argumento ignorante, o falta de neutralidad.

Conclusiones o inducciones precipitadas

Se refiere a razonamiento inductivo cuando el pensamiento realiza una conclusión general desde una premisa específica, es decir, del efecto a la causa. Una falacia por

inducción precipitada se da cuando el efecto no es muestra de que la causa sea a la que se concluye. Por lo general, este tipo de falacia intenta demostrar que lo que puede ser verdadero en un caso específico es así en todos los demás casos posibles.

Sofisma del consecuente

Esta falacia consiste en demostrar una relación lógica entre dos proposiciones, la cual es totalmente inexistente. Es decir, se concluye algo completamente alejado de la coherencia del tema. Este tipo de falacia tiene una variante que se suele expresar en oraciones condicionales, y se caracterizan por ser especulativas e imposibles de demostrar.

Un ejemplo de esta última puede ser: “cuando llueve torrencialmente en la ciudad, más o menos una hora antes de comenzar las clases, los alumnos no asisten a la universidad. Los alumnos no se han presentado al examen de física, luego llovió torrencialmente en la universidad”. (p. 113)

Esta falacia se compone por dos eventos consecuentes, pero se incurre en la especulación ilógica entre ellos.

Falsa presuposición o pregunta compleja

También conocida como *falacia de la pregunta compleja*, es una pregunta que se realiza con el fin de descubrir una verdad de manera implícita y que aún no ha sido confirmada. Este tipo de preguntas suelen realizarse en interrogatorios judiciales con el fin de persuadir al acusado y descubrir la verdad. Un ejemplo de ellas, puede ser el expuesto por el autor: ¿Todavía usted maltrata físicamente a su esposa cuando ella llega tarde a casa? Este tipo de falacia busca que quien la responde, acepta su culpa (como en este caso).

Por esto, cuando se está frente a este tipo de preguntas, se recomienda hacer la salvedad de estar o no en desacuerdo con ella.

Falacia del accidente

Esta falacia se caracteriza por hacer una deducción brusca que no cumple con los factores de la norma lógica racional. Usualmente este tipo de falacia es usada por los moralistas en el intento de hacer valer sus opiniones éticas. En tal sentido, con esta falacia se llega a conclusiones precipitadas.

Falacia de la composición

La intención de esta falacia es creer que cada una de las partes de un conjunto deben tener la misma función de este debidamente organizado. Un ejemplo de esto puede ser el pensar que como un avión puede volar, cada una de sus piezas lo puede hacer por sí sola.

Falacia de la división

Esta, al contrario de la falacia de la composición, hace referencia a que cada una de las propiedades del conjunto comparten sus elemento. Por ejemplo, si varios miembros de una iglesia tomaron una decisión estúpida, no quiere decir que todos los que asisten a ella, sean estúpidos.

Apelación al poder o a la amenaza

Este tipo de falacia alega a una amenaza directa o indirecta, o al poder que se posee para hacer que el interlocutor acepte lo que se está diciendo.

El hombre de paja

Esta falacia suele ser utilizada para desprestigiar la opinión del otro o refutarla fácilmente, citando lo dicho por la contraparte pero modificándola hasta tal punto que se empieza a refutar un argumento inexistente o que no ha sido emitido por nadie.

La pendiente resbaladiza o apelación a consecuencias indirectas

Esta falacia se basa en afirmar que al realizar una acción o aceptarla, se desprenderán otras relacionadas por consecuencia de la primera. El ejemplo propuesto por Díaz Rodríguez (2002) es: “al legalizar la marihuana se facilitarí su consumo; eso aumentaría el número de consumidores, por lo tanto habría más violencia y aumentarían los índices de criminalidad...” (p.118)

Apelación a una falsa autoridad

Este tipo de falacia se caracteriza por fundamentar un argumento en una supuesta autoridad sobre el tema que se trata, es decir, se intenta respaldar lo afirmado en autores importantes pero que no se relacionan con el tema o en autoridades no muy reconocidas.

Tabla 1. Matriz de falacias argumentativas

| Falacia | Definición |
|-----------------------|--|
| Petición de principio | Por medio de esta se infiere y/o concluye algo a partir de una premisa que no ha sido debidamente sustentada. |
| Conclusión inatinente | Se llega a conclusiones que no están relacionados con la premisa inicial, sino que están sustentados en afirmaciones que se apartan del tema inicial. |
| Falsa relación causal | Se intenta demostrar que un evento es la causa del otro que le prosigue solo por el hecho de antecederlo. |
| Falso dilema | Esta surge por la falta de posibilidades positivas que nota el hablante en una situación problemática, y siente que las únicas alternativas son negativas. |

| | |
|---|--|
| Ataque personal | Se recurre a los insultos personales para lograr mantener vigente la premisa que se propone. |
| Apelación a la piedad y a las emociones | Debido a la falta de razones relevantes, el hablante apela a los sentimientos que denoten alarma, piedad o compasión para persuadir al interlocutor. |
| Falsa analogía | Se hace una comparación que no guarda una relación coherente. |
| Prejuicios por asociación y estereotipos | Es una evaluación negativa que se realiza ante los atributos de un grupo. |
| Falso consenso o instinto de la manada | Crear que un argumento es pertinente o correcto porque un grupo grande de personas comparte la premisa o la conclusión a la que se llega sobre un tema. |
| Apelación a la ignorancia | Pretender que un argumento es válido porque así lo cree quien no tiene un conocimiento sobre el tema que se trata. |
| Conclusiones o inducciones precipitadas | Cuando el efecto no es muestra de que la causa sea a la que se concluye. |
| Sofisma del consecuente | Demostar una relación lógica inexistente entre dos proposiciones. |
| Falsa presuposición o pregunta compleja | Es una pregunta que se realiza con el fin de descubrir una verdad de manera implícita y que aún no ha sido confirmada. |
| Falacia del accidente | Se realiza una deducción brusca que no cumple con los factores de la norma lógica racional. |
| Falacia de la composición | Presentar como argumento que cada una de las partes de un conjunto deben tener la misma función de este debidamente organizado. |
| Falacia de la división | Afirmar que cada una de las propiedades del conjunto comparten sus elemento. |
| Apelación al poder o a la amenaza | Se utiliza la intimidación a partir del poder que se posee para hacer que el interlocutor acepte lo que se está diciendo. |
| El hombre de paja | Se cita lo dicho por la contraparte pero modificándola hasta tal punto que se empieza a refutar un argumento inexistente o que no ha sido emitido por nadie. |
| La pendiente resbaladiza o apelación o consecuencias indirectas | Se afirma que al realizar una acción o aceptarla, se desprenderán otras relacionadas por consecuencia de la primera. |
| Apelación a una falsa autoridad | Se fundamenta un argumento en una supuesta autoridad sobre el tema que se trata. |

6. Análisis del corpus: como texto, como práctica discursiva y como práctica social

6.1 El discurso como texto

Para analizar los discursos escogidos, es pertinente presentar un discurso teísta donde sea posible identificar la forma en que suelen ser emitidos, y luego conocer la diferencia de estos con los discursos ateos, escépticos o agnósticos.

En este caso, el discurso que se escogió es el emitido por Dani, un cura y *youtuber*, en un debate sobre la existencia de Dios realizado en el canal de Youtube de Jordi, (The Wild Project, 2020) quien es el encargado de liderar el debate desde una posición agnóstica como lo afirma al inicio:

“... yo soy agnóstico, es decir, ni creo ni desmiento la existencia de un posible Dios, pero soy agnóstico con clarísima tendencia al ateísmo, es decir, un 95 % ateo, 5 % que dejo una pequeña puerta abierta porque no me considero suficientemente inteligente como para descartar a Dios” (0:08 – 0:30)

En este discurso, Dani presenta las razones por las que cree en un ser superior, las que, por lo general, se arraigan a su experiencia de vida y a la lógica que se maneja en el cristianismo. Por lo tanto, en los argumentos que presenta se encuentra la falacia de falso consenso o instinto de manada, debido a que constantemente recurre a argumentos comunes en la comunidad religiosa que no tienen un sustento palpable o comprobable, pero que tienen sentido cuando se analizan desde la perspectiva bíblica:

“Yo creo que Dios utiliza mediaciones. Que él busca de alguna manera hacerse pequeño o accesible para que podamos tener acceso a él ¿no? y esto me parece importante tenerlo en cuenta desde el principio porque si no la distancia que hay entre un posible Dios y el ser humano es insalvable. Para mí, la mediación fundamental que utiliza Dios para relacionarse, para comunicarse con la humanidad es Jesús. Claro, podréis decir: bueno, tú eres cristiano qué vas a decir ¿no? Los musulmanes dirían Mahoma, tú dices Jesús.” (2:42 – 3:17)

En el fragmento anterior, se puede observar cómo el cura recurre a la lógica cristiana para lograr sustentar su creencia en un ser superior, lo cual, si lo analizamos desde afuera, no tendría sentido sin la existencia de una comunidad que comparte esta misma lógica y cree ciegamente en que la Biblia es un libro que relata hechos históricos y que, además, es inspirada por Dios. Sin embargo, los creyentes afirman esto fundamentando su creencia en la Biblia misma, lo cual no aporta veracidad a la afirmación que emiten.

“Jesucristo mismo declaró que la Palabra de Dios es verdad (Juan 17:17). De hecho, toda la Palabra de Dios es verdad (Salmo 119:160), porque Dios, “... no miente” (Tito 1:2).” (Vida, esperanza y verdad , 2022)

Seguido de lo anterior, Dani relaciona una parte de la lógica cristiana con la lógica racional de la siguiente manera:

“[...] es como ese dicho católico de siglos que dice que el mal lleva implícita su penitencia, o sea si tú vas; es un poco el karma del que se habla ahora. Si tú vas haciendo daño a la gente, acabas recibiendo daño ¿no?” (6:47 – 7:00)

En este apartado es posible observar cómo el cura hace uso de la falacia de falsa relación causal, y que también suele ser utilizada en los discursos ateos, donde se cree que un evento es la causa de otro solo por antecederlo. Actualmente, muchas personas hablan del karma y afirman que “de lo que das, recibes” porque han hecho una serie de asociaciones a lo largo de sus vidas que los llevan a realizar afirmaciones de este tipo, sin embargo, no hay un estudio científico que logre comprobarlo de manera palpable.

En este fragmento, incluso, también es posible hallar el uso de una de las jugadas estratégicas presentadas por Agudo (1999): explicación de normas, la cual está clasificada en el tópico de *Acusación*, por lo que se puede inferir que el hablante intenta sustentar su argumento intentando que se acople a la lógica que defiende su interlocutor directo.

Luego de esto, Jordi, quien dirige el debate, le pide al cura relatar una experiencia que haya tenido con Dios. Por lo que Dani cuenta la razón por la que decidió ser sacerdote, la cual, en este caso contiene una falacia interesante que, según Díaz-Rodríguez (2002), suele ser utilizada cuando se es consciente de que los argumentos lógicos no son suficientes:

“Yo para entonces, Jordi, tenía 17 años, pero había quemado muchos cartuchos de tu vida de verdad que había habido algún momento en mi vida que, incluso había pensado quitarme la vida porque no era feliz, no me sentía... y en aquel momento me sentí profundamente amado, pero profundamente amado hasta los tuétanos.” (12:14 – 12:36)

Aquí la falacia utilizada es apelación a la piedad y a las emociones, pues el sacerdote intenta hacer sentir compasión a su interlocutor directo y a la audiencia en general, al contar cómo Dios llenó su corazón e impidió que se quitara la vida, lo cual,

aunque sea cierto, no deja de tener como propósito llegar a las emociones de quien escucha e inducir a este a buscar ese mismo sentimiento.

Este debate finaliza con una pregunta de Jordi: ¿tú descartas a día de hoy que algún día dejes esto? Dani, para responder a ella, recurre a la evitación, una estrategia discursiva clasificada en las jugadas estratégicas de Agudo (1999), con el fin de eludir una respuesta rotunda que limite sus posibilidades:

“yo creo que si uno es honesto realmente con la búsqueda de Dios, si encuentras que Dios te llama, si encuentras que el camino estaba extraviado, si encuentras que la dirección es otra, sé honesto con tu conciencia y sigue esa dirección.” (14:42 – 15:00)

Habiendo analizado la manera en que un creyente defiende la existencia de Dios, y ya conociendo cómo construye sus argumentos con diferentes falacias y estrategias discursivas, para persuadir a quienes no creen en ello, es posible pasar a los diferentes discursos de los *youtubers* escogidos para el presente trabajo. Es importante recordar que estos discursos son emitidos por ateos, agnósticos y/o escépticos a la religión y, por lo tanto, intentan explicar por qué, para ellos, Dios no existe.

Prueba #1 de que Dios no existe (Dalas Review)

Dalas comienza su video “Prueba #1 de que Dios no existe” planteando una situación en la que sus creyentes ponen a prueba la palabra de Dios a partir de una oración sincera en la que se pide sanidad para todas las personas con cáncer. Luego, este afirma que, aunque la oración se realice por todos los creyentes del mundo en un mismo momento, no va a pasar nada al respecto. De esta manera el *youtuber* intenta desmeritar el poder de Dios.

Si analizamos este argumento desde la lógica cristiana, se puede afirmar que una de las falacias empleadas por el hablante es *sofisma del cosecuente*, donde la lógica planteada en la conclusión, en este caso, no es congruente con la lógica que se maneja en la Biblia:

“Estamos rezando de una manera sincera, sabiendo que Dios es bueno, nuestra petición no es para nada egoísta o materialista. Por un bien común y que ayudaría a millones de personas de manera increíble. ¿Va a pasar algo? No”.

Los creyentes son conscientes de que si se realiza una oración cien por ciento sincera, es muy probable que no suceda nada, e intentar explicar esto significa, para ellos, tener que recurrir a un sinnúmero de argumentos presentados en el libro sagrado, como puede ser el del libre albedrío y que, incluso, es citado por el *youtuber*.

A pesar de esto, en el discurso presentado por Dalas, se realiza constantemente una comparación que no guarda relación con la conclusión a la que el autor quiere llegar, debido a que para probar la no existencia de Dios este recurre a la racionalidad, siendo cada una de dimensión distinta del pensamiento.

Además de esto, el *youtuber* recurre a preguntas complejas que problematizan o ponen en duda la fe de los creyentes con el fin de que el interlocutor, de cierta forma, acepte lo que se afirma:

“A pesar del argumento del libre albedrío, Dios ha intervenido, más de una vez, según la Biblia, en hechos supuestamente históricos, ¿qué pasa entonces? ¿El libre albedrío de esas personas no es respetado, pero el nuestro sí?”.

Dalas intenta, en muchos momentos del video, así como se mostró en el apartado anterior, refutar la imagen que tienen los creyentes sobre Dios, apelando a hechos históricos

y a citas textuales de la Biblia. Además, señala las diferentes promesas que hace a los creyentes, y las cuales no tienen cumplimiento. Cita textualmente los siguientes fragmentos de la Biblia: Mateo 7:7, Mateo 17:20, Mateo 21:21, Mateo 11:24, Juan 14: 12-14, Mateo 18:19 y Santiago 5:15-16, Marcos 9:23, Lucas 1:37, citas donde Dios promete responder a las oraciones.

El *youtuber* afirma la imposibilidad de la existencia de Dios, basándose en la incongruencia que maneja, alegando al argumento de que un Dios no puede ser omnipresente, ni omnipotente cuando no puede cumplir ni siquiera con algo tan sencillo como una promesa:

“Se supone que Jesús es Dios; Dios se supone que es perfecto, cuando Jesús habla, debería hablar con la verdad. Sin embargo, cuando vemos lo que Jesús dice sobre la oración, está claro que está mintiendo”.

Por otro lado, Dalas, a lo largo de su discurso y con el fin de fortalecer su argumento, muestra todas las incongruencias presentadas en la Biblia y que los creyentes no tienen en cuenta, es decir, el *youtuber* afirma que en la Biblia se presentan muchos sinsentidos que desmeritan y/o le quitan credibilidad a la lógica cristiana:

“Existe [...], un complicado raciocinio sobre que Dios no responderá esta oración debido al libre albedrío. La lógica de este argumento es que, si tú rezas y Dios responde, él se habrá revelado y tú tendrás seguridad sobre su existencia, quitándote el libre albedrío sobre creer o no creer en él. [...] A pesar del argumento del libre albedrío, Dios ha intervenido, más de una vez, según la Biblia, en hechos supuestamente históricos, ¿qué pasa entonces? ¿El libre albedrío de esas personas no es respetado pero el nuestro sí?”

Como se puede observar en el fragmento citado anteriormente, y a lo largo de todo el discurso, Dalas constantemente está analizando la lógica cristiana bajo los principios de la lógica racional, lo cual, según Díaz-Rodríguez (2002) es recurrir a la falacia de falsa analogía dado que resulta inapropiado fundamentar argumentos a favor de la no existencia de Dios, a partir de una aplicación racional de lo que se expone en la Biblia, dado que, desde la perspectiva cristiana, es imposible tomar de manera literal lo que en ella se expone. Así, la conclusión a la que llega el *youtuber* puede ser considerada como una falacia de conclusión inatinerente.

Dios ha muerto (La Gata de Schrödinger)

En este caso, la *youtuber*, mediante varias citas o referencias a autores filosóficos y científicos, construye un discurso lleno de argumentos que refutan la existencia de Dios, desde los descubrimientos de la ciencia. El discurso comienza con un aforismo de Nietzsche para dar paso a argumentos que fortalecen la premisa principal (Dios ha muerto).

La *youtuber* afirma que Dios ha sido la respuesta, por muchos años, ante situaciones o temas que no tienen una explicación científica, y así como avanza la ciencia, se van cerrando las posibilidades de que Dios es el interventor en que la realidad sea posible. De esta manera, la *youtuber* cae en la falacia de apelación a la ignorancia, dado que pretende afirmar que la ciencia responderá a todo lo que aún no se conoce, solo porque ya lo ha hecho en otras ocasiones:

“[...] al final, la ciencia lo ha resuelto, por ejemplo, en 1835 el filósofo Auguste Comte, escribió, refiriéndose a las estrellas “Nunca seremos capaces de estudiar, mediante método alguno, su composición química o su estructura mineralógica” El tiempo y el

avance científico rompieron esas barreras del conocimiento. ¿Por qué pensar que en otro espacio hemos llegado a nuestro límite?”

Asimismo, el hablante sigue mostrando cómo la ciencia ha logrado desmentir cientos de mitos que anteriormente la única explicación que podía atribuirse era la existencia divina de Dios. Por esto, afirma que cada vez hay menos posibilidad de creer en la existencia de un ser supremo, dado que su única función es responder a interrogantes que la humanidad aún no logra hallarles respuesta:

“El método experimental entra en contradicción directa con los mitos que, hasta ahora, habían dominado el relato y así la religión se acomoda en las sombras”.

Rocío (nombre de la *youtuber*) afirma la necesidad de los ateos en habitar en un mundo sin dogmas, más realista y pregunta “¿será posible un mundo en el que lo racional venza a lo dogmático?” Su respuesta puede considerarse contradictoria ante todo el discurso que emitió, pues confirma la necesidad del ser humano de basar su vida en algo divino para que todo tenga un poco de sentido. En esta afirmación, la *youtuber* se incluye, utilizando el verbo en primera persona del plural, a modo mayestático (necesitamos).

“El ser humano es emocional, necesitamos de la fe en lo divino para sustentar y dar sentido a nuestra vida y todos, seamos de la religión que seamos, nos une algo más fuerte que cualquier otra cosa, el miedo a la muerte.”

Sin embargo, en este fragmento, la *youtuber* utiliza la *negación aparente*, una de las jugadas estratégicas presentadas por Agudo (1999), con el fin de distraer la mente del interlocutor y hacerle creer que se está cediendo la razón a la contraparte de la premisa

principal. Pero luego de esto, Rocío vuelve a proponer la idea de una vida sin fe, la cual, afirma, no sabe si sería mejor o peor; solo está segura de que sería más libre.

Este discurso finaliza con una metáfora que intenta explicar el punto de vista del hablante, y que facilita el entendimiento de la premisa inicial:

“Hace siglos, Dios rellenaba muchísimos huecos de lo desconocido, pero con el avance científico cada vez su espacio es más pequeño. Dios es una habitación oscura llena de interruptores y tú estás dentro sin ver nada. Cada luz que enciendes te hace ver mejor la habitación, te hace conocer lo que te rodea, pero a él lo hace más pequeño. En el momento en que enciendes todas las luces, Dios ha muerto. “

Esta metáfora, además de ser específica, representa una amenaza para los creyentes, dado que, para ellos, realizar este tipo de afirmaciones es atentar contra el poder de Dios, y esto se pudo reflejar en los comentarios que recibió la *youtuber* y que se analizan en el siguiente apartado (*Análisis del discurso como práctica discursiva*).

Dios no existe (Dama G)

En este discurso se utiliza la narración como forma de expresar el desacuerdo ante toda la ideología católica. Dama G expone un relato de su experiencia con la religión, donde, a su vez, de manera implícita, señala las inconsistencias de la fe.

“Dios es proclamado perfecto, de manera tan ficticia e inaccesible, que termina siendo alienante. Hace corajes ¿La ira forma parte de la perfección? ¿La venganza forma parte de la perfección? ¿Dios tiene EGO? Seguro que sí, porque le hiere el EGO que un individuo no crea en él mientras permite que sobre su nombre se desplieguen tantas guerras sin mostrar interés en limpiar su reputación.

Frustra que sus fans le justifiquen todo diciendo. “Él sabe por qué hace las cosas”
“Así lo quiso dios” ¿Por qué Dios reacciona ante cosas cuando él ya sabe de antemano el resultado? “Abraham, mata a tu hijo... jaja sabía que lo iba a hacer””.

En el apartado anterior, la *youtuber*, recurriendo a la falacia de falsa presuposición o pregunta compleja intenta que el interlocutor acepte lo que expone, pues detalla, a través de las preguntas, las razones por las que es cierto lo que afirma en ellas. Además de esto, Dama G señala la falacia de petición de principio a la que suelen recurrir los creyentes, y a través de la cual justifican todo lo que puede estar en contra de la fe que profesan, sin ninguna justificación válida de base.

De esta manera, a lo largo del texto, la *youtuber* sigue presentando diferentes aspectos por los que no está de acuerdo con la ideología católica:

“Y ¿Por qué es tan antropocentrista?, en ningún punto la religión parece pedir respeto por las otras creaciones del señor. Dios... ¿por qué eres tan fan del conductismo? ¡Como en escuela de perros! “Pórtate bien y te daré un hueso, pórtate mal y ¡convertiré a todos tus seres queridos en sal!”

Seguido de esto, Dama G apela a la empatía presentada por Arévalo en los Tópicos de las estrategias discursivas:

“Te suplico que hagas un ejercicio en donde te pongas en mis zapatos”.

La autora, le pide al interlocutor pensar desde su posición y que piense en lo traumático que tuvo que ser para ella enfrentarse ante una realidad completamente distinta a la que vivía en las costumbres de su casa. Esto, lo hace por medio de una falsa analogía en la que utiliza como referencia a uno de los personajes más famosos del manga.

“Imagínate que un día llega alguien a venderte o incluso a exigirte que creas en Pikachu como un ser real omnipotente. No vas a poder porque todo lo que te enseñaron te grita que no es posible”.

Este recurso retórico no tiene un propósito más allá que ejemplificar lo que se está argumentando, y suele ser utilizado para ilustrar lo que se quiere explicar de manera general, realizando una asociación bajo una lógica bastante simple. Díaz-Rodríguez (2002) afirmó que la falsa analogía se utiliza recurrentemente en textos que están dirigidos a lectores no especializados en el tema que se quiere explicar, por lo que es preciso afirmar que Dama G se está dirigiendo a un público que posiblemente no comprenda su posición, y tiene un interés especial en que sí sea comprendido.

Seguido a esto, la *youtuber* muestra con disimulo (una de las jugadas semánticas presentadas por Agudo) una negación aparente, la cual, de manera superficial para ser empática con la posición del interlocutor (tópicos presentados por Agudo), con el fin de mostrar una autorepresentación positiva. Esto lo hace cumpliendo con dos puntos clave que la llevan a mostrarse como tal sin desviar su posición : 1) la presentación negativa del otro (PNO), incluyéndose en la afirmación y presentándolo implícitamente de manera positiva:

“Comprendo el hueco que todos tenemos, que se cava el día que descubrimos que somos conscientes, entiendo la lucha constante contra la soledad existencial, son huecos rellenables con lo supranatural. Es mejor tener un amigo imaginario que te convierte en alguien relevante en lugar de llegar a la conclusión de que eres una casualidad dispensable en el universo”.

Y luego reafirma su argumento por medio de la falacia de falsa presuposición o pregunta compleja, la cual, de una u otra forma está refutando a la contraparte, y reafirmando lo innecesario de la existencia de un ser supremo (el punto que defendió a lo largo de su discurso):

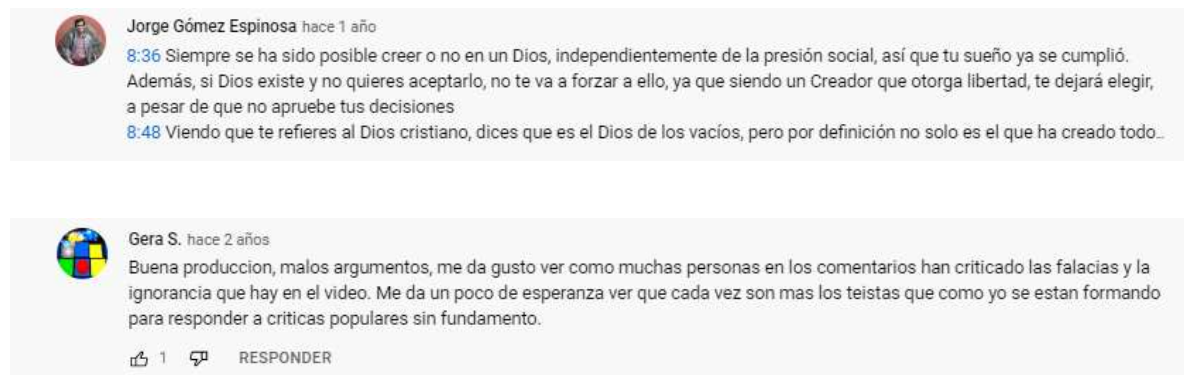
“Comprendo la necesidad filosófica de dios pero, si fuera real que exista un motor creador consciente, ¿por qué concluir que hay una simbiosis directa con la humanidad?”


6.2 Análisis del discurso como práctica discursiva


Discurso de la Gata de Schrödinger

Recordemos que en este discurso, la *youtuber* fundamenta su argumento en los hallazgos de la ciencia que han logrado reducir la grandeza de Dios, debido a que le han quitado el mérito de muchas leyes naturales, como con la teoría de Newton sobre los cuerpos materiales y que anteriormente la única explicación que recibía era Dios. Por esto, la mayoría de las respuestas de los interlocutores se centran en elogiar a la ciencia o desmeritarla para seguir engrandeciendo el nombre de Dios.

En el análisis del discurso como práctica discursiva, se observó una alta interacción entre el hablante y sus interlocutores. A nivel representativo hubo comentarios que refutaron, de manera respetuosa, la premisa de la *youtuber*:



 Jorge Gómez Espinosa hace 1 año
8:36 Siempre se ha sido posible creer o no en un Dios, independientemente de la presión social, así que tu sueño ya se cumplió. Además, si Dios existe y no quieres aceptarlo, no te va a forzar a ello, ya que siendo un Creador que otorga libertad, te dejará elegir, a pesar de que no apruebe tus decisiones
8:48 Viendo que te refieres al Dios cristiano, dices que es el Dios de los vacíos, pero por definición no solo es el que ha creado todo...

 Gera S. hace 2 años
Buena producción, malos argumentos, me da gusto ver como muchas personas en los comentarios han criticado las falacias y la ignorancia que hay en el video. Me da un poco de esperanza ver que cada vez son mas los teistas que como yo se estan formando para responder a criticas populares sin fundamento.
👍 1 🗨 RESPONDER



dennis alejandro saenz patzan hace 1 año

Hola mira yo soy creyente pero pues me encanto tu video y tu explicacion, muy logica algo que realmente me hace pensar en lo que creo



RESPONDER



Daniel Vinet hace 1 año

Wowww me encanto el video, el razonamiento tan bien hecho, flipo. Aunque por mi parte yo si creo que Dios existe, y cuando mencionas que cada desconocimiento que tenemos lo rellenas con Dios, es que es cierto pero no asi como lo decis, la respuesta es Dios porque el creo todo ello y es parte de su Plan, pero eso no quita que podamos aprender un poco más sobre como funciona. Es la habitación de Dios, y él nos invita a hacernos preguntas y aprender un poco más sobre su habitación



1



RESPONDER

En el nivel representativo se refiere a los comentarios que muestran que el discurso tuvo un impacto ante la opinión personal del interlocutor sobre el tema ya sea a favor o en contra, y sin importar la posición idealista de este, como se puede observar en los comentarios anteriormente expuestos.

En el nivel identificativo se refiere a los comentarios que comparten la idea del locutor, los cuales eran la mayoría:



Foliver83 hace 2 años

La ciencia solo explica el como, no el por qué. En si misma la realidad es incognosible, por eso es asombrosa.



2



RESPONDER



Bruno Hidalgo hace 1 año

Si se explicara quien creo a Dios aniquilaria tu pensamiento, ya que tendrias que hacerte la pregunta de quien creo al que creo a Dios, la ciencia a comprobado muchas teorias pero jamas a probado la existencia de Dios, sin embargo tampoco a probado lo contrario. Si el miedo a la muerte es la motivante para buscar creer o no creer no detendra su proceso, creas o no de todos modos moriras, si no creer en Dios te brinda paz es mejor que asi sea, ya que de todos modos no prodras responder el por que del sufrimiento en este mundo y el sentimiento de paz alcanzado en el no creer no evitara el sufrimiento.



Lorenzo Parra hace 1 año

esta mujer aparte de que es bastante hermosa, es la mujer más razonable que yo he visto en youtube. tantas mujeres ignorante que creen en Dios, no sabiendo que gracias a él millones de mujeres fueron asesinadas en los tiempos antiguos. buen video, sigue haciendo más haber si muchas mujeres despiertan.




RESPONDER


Discurso de Dama G

Como se observó en el apartado del análisis del discurso como texto, Dama G hace un recuento de su experiencia con la religión, la cual, en general no fue agradable. Esto, la *youtuber* lo hace de manera cómica y con un conjunto de recursos discursivos como la sátira, el sarcasmo, la crítica directa, etc. lo cual da como resultado un discurso que no intenta, desde un plano general, incitar al creyente a replantearse su posición, sino simplemente entender su punto.


Como resultado, en el nivel representativo, esta obtuvo comentarios positivos por parte de creyentes, quienes, aún en su posición de cristianos, disfrutaron el video e, incluso, lograron entender las frustraciones del hablante:

 MISHAEL ORTEGA VAZQUEZ hace 10 meses
Soy creyente, pero no me molesto para nada la sátira con la que expresa sus ideas sobre Dios, y sentí compasión cuando dijo que a veces le habla y ojala un día le conteste, estoy seguro que tal vez, tal vez algún día, conozcas a Dios, solo sigue un camino recto, el ser atea simplemente no te hace mala persona, que Dios te bendiga.

👍 28 🗨️ RESPONDER

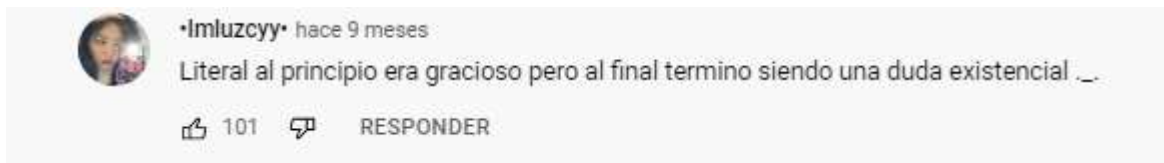
 smdani ✓ hace 3 años
Me ha parecido una producción espectacular para expresar una crítica bastante fundada. Creo que suscribiría el 99% de tus preocupaciones sobre la imagen de Dios. No conocía tu canal pero tienes un nuevo suscriptor. Un saludo.

👍 10.124 🗨️ ❤️

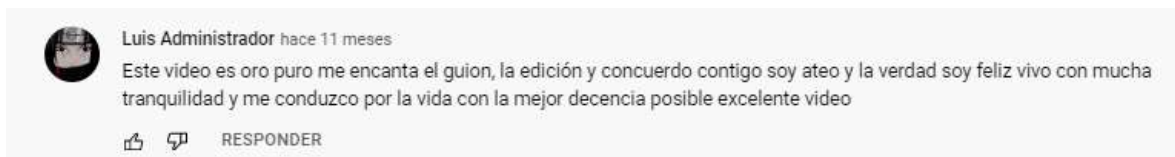
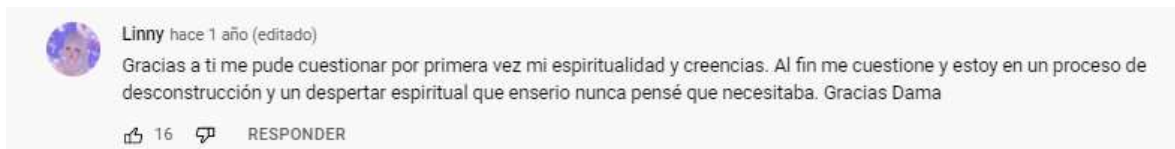
 Reino Kids ICIAR Oficial hace 1 año
Realmente creo que más que una cuestión de desaprobación la existencia de una deidad; habiendo sido criada atea, ahora tienes esa cuestión agnóstica en tu cabeza, y está bien, es bueno dudar; puedo decirte mil cosas sobre Dios, pero necesitas experimentarlo por ti misma, y no en un entorno religioso lleno de dogmas sin sentido, sino en una relación personal con él. Necesitas encontrarte con Jesús si quieres disipar todas las dudas por completo, es lo único que tengo por decir.

👍 33 🗨️ RESPONDER

Por otro lado, también en el nivel representativo, hubo comentarios que expresaban la incomodidad que les generó el video en cuanto a replantear sus ideas, como se observa en el siguiente comentario:



En el nivel identificativo, Dama G también logró conectar con una audiencia que comparte su ideología, y que, al igual que ella, siente un tipo de desconexión con todo el tema religioso:



6.3 Análisis del discurso como práctica social

Como se expuso, para Fairclough, el análisis como práctica social se enfoca en estudiar cómo el discurso influye en el nivel ideológico de un grupo social. En este caso, esto también puede ser analizado desde los comentarios, dado que es el único recurso de la plataforma *Youtube* donde los interlocutores pueden mostrar el impacto que tuvo el video en ellos.

Como se mostró en el apartado anterior, hubo muchos comentarios donde los interlocutores exponían su cambio de perspectiva luego de ver el video, y en la mayoría de los casos, fueron creyentes los que se replantearon sus ideologías. A nivel social, esto impacta en el número de personas que aún creen en un ser supremo y que aún tienen influencia sobre la manera en cómo se mueven muchos temas sociales.

Las creencias han permitido, a lo largo de los años, que exista un acuerdo entre las personas sobre temas como el robo, la violencia, el respeto en general, y muchos otros aspectos expuestos en la Biblia; Harari (2014) la denomina como uno de los unificadores de la sociedad. Anteriormente, la mayoría de las personas creían en Dios; hoy en día existe una brecha bastante marcada entre los creyentes y ateos, agnósticos y escépticos, y estos discursos influyen en que esta brecha siga creciendo.

La religión y todo el tema de la existencia de un ser superior lleva consigo un sinnúmero de problemáticas sociales ante las que aún no se llega a un consenso, y que dificultan el desenvolvimiento de una sociedad libre. Es por esto que los discursos como los expuestos en el presente trabajo, aunque despierten una problemática, incitan al debate coherente que lleva a los interlocutores a organizar ideas y argumentos, y acaban con la ignorancia de los que no están dispuestos a debatir por creer que su posición es la única correcta, ya sea esta a favor o en contra de la existencia de Dios, puesto que permiten entender la postura contraria y a reflexionar sobre las diferentes perspectivas ante el tema.

Asimismo, cabe mencionar que la manera en que están constituidos estos discursos, también impacta en la cognición de los interlocutores, dado que, independientemente de la postura religiosa que tomen, y aunque solo estén centrados en la existencia o no existencia de Dios, invitan a replantearse muchos de los pensamientos que se tienen arraigados por haber crecido en una sociedad donde, desde siempre, se han tenido prejuicios y parámetros religiosos que, ya sea para bien o para mal, influyen en la manera en que se conciben temas de extrema importancia en la sociedad como lo son los temas de legalización del aborto, las sustancias psicoactivas, matrimonio, homosexualidad, etc...

Una de las razones por las que la religión es criticada por los ateos, es por la cantidad de trabas que impone para el libre pensamiento, debido a que en la mayoría de situaciones en las que suceden cosas sorprendentes se le da el mérito a Dios, es decir, siempre tienen como referencia a un Dios en su código moral y, por lo tanto, evitan llegar a conclusiones que aparten a Dios.

Siguiendo a Dawkins en su manifiesto *El espejismo de Dios* publicado en 2006, es posible afirmar que la religión limita el avance científico que se puede obtener hoy en día como sociedad y que aportaría una posible respuesta a todas las cosas que aún no se conocen con certeza, puesto que el avance tecnológico de hoy en día, posibilitaría que la mayor parte de los seres humanos aportemos a ello. Y, de hecho, sí es cierto que la religión y todo el entramado ideológico que maneja podría estar privándonos de grandes mentes que descubran nuevas respuestas o nuevas posibilidades de respuestas ante temas desconocidos.

Siguiendo con la influencia de estos discursos en la composición ideológica de los interlocutores y teniendo en cuenta que estos, muchas veces influye en las relaciones interpersonales e intergrupales, cabe mencionar que, además de ayudar a organizar ideas que solemos tener por haber crecido en una sociedad que inculca prejuicios religiosos, ayudan a entender la lógica bajo las que se mueve la contraparte y brindan la posibilidad de considerar cómo el contexto en el que nos desenvolvemos, influye en la psicología que desarrollamos.

Actualmente, es imposible concebir una vida sin la influencia religiosa debido a que es algo que aún se maneja mucho en la sociedad, por lo tanto, es imprescindible seguir inculcando el respeto por el libre pensamiento o, más conocido como la libertad de culto, lo

que es atribuible a los discursos presentados, dado que a pesar de abrir un debate, se mantiene el respeto por la creencia del otro.

7. Conclusiones generales

Para este estudio se indagó en toda la teoría teísta y atea debido al tema de los discursos analizados, lo cual resultó necesario para entender con claridad la lógica interna de cada discurso, pues recordemos que los discursos teístas suelen estar argumentados, en este caso, bajo la lógica católica expuesta en la Biblia y los discursos ateos bajo esta misma pero con una lógica racional de base. A partir de toda la investigación fue posible conocer cada una de estas formas del pensamiento y detectar, entonces, las falacias empleadas según cada posición.

En cuanto a la teoría lingüística propiamente dicha, y que ayudaría con el análisis del discurso como texto, la investigación se fundamentó en lo expuesto por van Dijk (2000) y Wodak y Meyer (2001) referente al análisis crítico del discurso (ACD). La investigación fundamentó su visión crítica del discurso según lo presentado por estos autores y complementado por las definiciones de estrategias discursivas presentadas por Agudo-Guevara (1999) y las falacias discursivas presentadas por Díaz-Rodríguez (2002)

Ahora bien, luego de conocer toda la teoría necesaria se dio paso al análisis prometido. Este estuvo compuesto por tres niveles, los cuales fueron sugeridos por Stecher (2009) basado en lo propuesto por Fairclough: el discurso como texto, el discurso como práctica discursiva, y el discurso como práctica social.

El análisis del discurso como texto se centra en lo meramente lingüístico: semántica, sintaxis, gramática, etc... en este caso, se estudiaron las falacias y estrategias utilizada por los autores de los discursos, y la cuales ayudaron a los hablantes a construir un discurso coherente que defendiera su posición ideológica relacionada con la existencia de Dios. Entre estas, las falacias más comunes en los discursos ateos fueron: conclusión inatiente,

apelación a la piedad y a las emociones, falsa analogía y falsa presuposición o pregunta compleja, apoyadas en jugadas estratégicas tales como la negación aparente, evitación, comparación, explicación de normas, concesión aparente y empatía.

Esto, en comparación con el discurso teísta presentado al principio, guarda una relación en cuanto a falacias argumentativas como apelación a la piedad y a las emociones y conclusión inatinerente. La primera falacia en el discurso ateo se presenta con el fin de explicar cómo la religión utiliza ciertos recursos que inculcan terror y/o miedo a quienes no comparten las mismas ideas, como se observó en el discurso de Dama G (2018).

Y por otro lado, en el discurso teísta, esta misma falacia se emplea con el fin de explicar cómo Dios llena los vacíos emocionales que, como seres humanos, tendemos a sentir, tales como la soledad, la tristeza, el enojo, etc... Es decir, en este caso, la falacia cumple la función de hacer sentir compasión por quien ha decidido que Dios es ese ser que llega a sanar heridas emocionales, incitando al interlocutor a experimentar lo mismo.

La mayoría de discursos ateos caen en la falacia del falso dilema, dado que descartan por completo la posibilidad de un consenso entre la ciencia y la fe, pues constantemente señalan el pensamiento religioso como incorrecto. Y por otro lado, en el discurso teísta presentado no se hace referencia a la ciencia como innecesaria.

En cuanto al nivel de análisis del discurso como práctica discursiva se pudo observar diferentes comentarios frente a lo expuesto por los *youtubers*. Sin embargo, es preciso señalar que en el nivel representativo, aunque hubiesen muchos interlocutores en contra del ateísmo y a favor del catolicismo, el discurso presentado no les causó ese sentimiento de irrespeto contra la ideología que defienden, al contrario, hubo mucho disfrute de lo que se

hablaba por estar compuesto con argumentos correctamente formulados, como lo manifestaron diferentes personas en la sección de comentarios.

En cuanto a lo identificativo, los *youtubers* conectaron también con una audiencia que comparte la ideología manifestada en sus discursos, incluso, con algunas personas que, a raíz de lo que presentaron en el vídeo, se replantearon sus creencias y su espiritualidad. Así, es posible afirmar la importancia de conocer y saber utilizar las falacias y estrategias argumentativas que ayudan con la formulación de un discurso fundamentado en argumentos bien estructurados, y que, respetuosamente, problematizan o ponen en duda un argumento contrario, sin el fin de restarle importancia.

En consecuencia, y como impacto de los discursos en la sociedad (análisis del discurso como práctica social) cabe mencionar que influyen de manera directa en la cognición de los interlocutores, pues así como pueden replantearse sus creencias, también pueden fortalecer sus ideologías religiosas, ya sean estas a favor o en contra de la iglesia y de Dios, puesto que estos discursos, además de ser una opinión frente a la existencia o inexistencia de Dios, también invitan a pensar en por qué se cree en un ser supremo y de dónde viene esa creencia, lo cual, según expuso Schrödinger (2019) y otros *youtubers*, está relacionado con el contexto social en el que crecimos.

En conclusión, este estudio, más allá de conocer falacias y estrategias argumentativas, también indagó en opiniones religiosas muy profundas que valen la pena analizar, puesto que son discursos que rondan en la población adolescente y juvenil de estos tiempos, y más que tener una influencia directa en ellos, están formando muchas de las ideologías que estos están construyendo por estar en la etapa de replantear sus gustos y preferencias.

8. Bibliografía

- Agudo-Guevara, X. (1999). El «Sí Mismo» y el «Otro» en el Discurso del Arte Prehispánico. *HUMÁNTAS. Portal temático en Humanidades N° 11*, 11-34.
- Ardèvol, E., & Márquez, I. (2017). El youtuber como celebridad mediática: entre la autenticidad y el mercado. *Rizoma, Santa Cruz do Sul*, v. 5, n. 2, 72.
- Arévalo-Salinas, A. I. (2017). Propuesta metodológica para el análisis de youtube y su relación con los movimientos sociales. *Actas del II Congreso Internacional Move.net sobre Movimientos Sociales y TIC*, 25-34.
- Bergareche-Rubio, S. (2019). Retorica y engagement en redes sociales. *Comillas. Universidad Pontificia*.
- Bonnassiolle-Cortés, M. A. (2014). En contra de Dios, la religión y la Iglesia. Ateísmo, Antiteísmo y Anticlericalismo en el discurso anarquista chileno (1899-1913). *Historia Caribe - Volumen IX N° 25*, 71-116.
- Borrero, D. (2008). Etnografía y discurso religioso protestante: análisis crítico del discurso del Ministerio Internacional Iglesia Fuente de Agua Viva en Puerto Rico. *Universidad de Puerto Rico. Boletín de Filología, Tomo XLIII*.
- Boyd, M. S. (2014). Participatory framework on YouTube? Commenter interaction in US political speeches. *Journal of Pragmatics*, 72, 46-58.
- Cardona, G. (1991). *Diccionario de lingüística*. Barcelona: Ariel.
- Corominas, J., & Pascual, J. (2000). *Diccionario crítico etimológico castellano e hispánico*.

Corvalán-Espina, J. M. (2019). Religión católica, nuevas tecnologías y redes sociales virtuales: ¿Configura populismo la comunicación del Papa Francisco en la era del Internet 2.0? *Universidad de Rosario*, 339 - 357.

Covarubias, S. D. (1943). *El tesoro de la lengua castellana o española*.

Dalas-Review. (25 de Julio de 2018). *Prueba #1 de que Dios no existe* [archivo de vídeo]:

https://www.youtube.com/watch?v=kVeRVscxyYA&list=PL2x4_HbuWRhFv-bNnJenNm527S8AwdU-4&index=7

Dama-G. (14 de octubre de 2018). *Dios no existe*: [archivo de vídeo]:

https://www.youtube.com/watch?v=yoFBvdJFLGM&list=PL2x4_HbuWRhFv-bNnJenNm527S8AwdU-4&index=10

Dawkins, R. (2006). *El espejismo de Dios*. Reino Unido: Espasa.

Díaz-Rodríguez, Á. (2002). *La argumentación escrita*. Caminos.

Dijk, V. (2003). *Racismo y discurso de las élites*. Barcelona: Gedisa.

Fernández-Paniagua, J. M. (2012). El ateísmo contra el pensamiento religioso: la desacralización como libertad e indagación. *Germinal*.

Flew, A. (2012). *Dios existe*. Madrid: Trotta.

Goldman, E. (1916). *La filosofía del ateísmo*. Obtenido de

<https://mirror.anarhija.net/es.theanarchistlibrary.org/mirror/e/eg/emma-goldman-la-filosofia-del-ateismo.c109.pdf>

- Greenberg, J. (2000). Opinion Discourse and Canadian Newspapers: the Case of the Chinese 'Boat People'. *Canadian Journal of Communication*, vol. 25, núm, 4, 517-537.
- Harari, Y. N. (2014). *De animales a dioses*. Madrid: Debate.
- Hidalgo-Marí, T., & Segarra-Saavedra, J. (2017). El fenómeno youtuber y su expansión transmedia. Análisis del empoderamiento juvenil en redes sociales. *Fonseca, Journal of communication*, n 15, 43-56.
- Jardiel, E. G. (2005). El eufemismo como instrumento de manipulación social. *Comunicación y Hombre*, 121-29.
- Jiménez, D. S. (2010). Ateísmo frente al Sistema Religioso: análisis de la resistencia atea en España. *Revista F@ro N° 12*.
- La gata deSchrödinger. (27 de Junio de 2019). *Dios ha muerto [archivo de vídeo]*:
https://www.youtube.com/watch?v=TdT5mW8iQUo&list=PL2x4_HbuWRhFv-bNnJenNm527S8AwdU-4&index=2&t=5s
- Lafkioui, M. (Enero de 2008). *Reconstructing Orality on Amazigh Websites*. Obtenido de Reserch Gate :
https://www.researchgate.net/publication/278813811_Reconstructing_Orality_on_Amazigh_Websites
- Liaño, R. V. (2016). Funciones discursivas de la repetición en el diálogo platónico. *Minerva 29* , 171-192.

- López-Gallegos, A., & Chihu-Amparán, A. (2008). El procesamiento simbólico de la protesta: el discurso de opinión en torno a la Marcha del Color de la Tierra. *Estudios Sociológicos*, vol. XXVI, núm. 78, 695-723.
- Márquez, I., & Ardèvol, E. (2018). Hegemonía y contrahegemonía en el fenómeno youtuber. *Desacatos no.56*, }.
- Marrero, M. R., Cabrera, M. M., & Nieves, F. (2009). Hermenéutica: La roca que rompe el espejo. *Investigación y Postgrado*, Vol. 24 N° 2.
- Montserrat, J. (2013). Del ateísmo al teísmo por la razón científica. *Pensamiento*, vol 69, 1087-1101.
- Morales, O. A. (2003). *Fundamentos de la investigación documental y la monografía*. Mérida, Venezuela: Universidad de Los Andes.
- Olabuénaga, J. I. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa*. DEUSTO.
- Paz, J. S., & Maldonado, S. (2009). Estrategias discursivas: un abordaje terminológico. *Espéculo*.
- Pereira, S., Moura, P., & Fillol, J. (2018). The youtubers phenomenon: what makes youtube stars so popular for young people? *Fonseca, Journal of Communication*, n. 17.
- Pérez-Dasilva, J., & Santos-Díez, M. T. (2016). Redes sociales y evangelización: el caso de las diócesis españolas en Facebook. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 1369-1381.
- Picazo-Tadeo, M. (2014). El discurso religioso como ideología y su reflejo en los medios de comunicación social. *Universidad de Valencia*.

- Precinoti, i. (23 de Mayo de 2017). *La importancia de creer en algo durante la adolescencia*. Obtenido de <https://cristianotas.com/2017/05/23/la-importancia-creer-algo-la-adolescencia/>
- Reyes, G. (1994). *La pragmática Lingüística*. Valencia: Barcelona: Montesinos Editor, S.L.
- Rincón, Ó. G. (2018). El Youtuber como influenciador social desde la perspectiva de la Comunicación educativaa. *Corporación Universitaria Minuto de Dios. Universidad Tecnológica de Pereira*. .
- Sánchez, G. J. (2021). Intolerancia en las sociedades contemporáneas: una mirada al problema religioso desde una postura feuerbachiana. *Revista Filosofía UIS*, 20(1), 273-299.
- Sierra, J. (2015). ¿Son válidos los argumentos evolutivos desacreditadores de la memética contra la racionalidad del teísmo? *Discusiones filosóficas vol. 16 no. 27* .
- Solari, E. (2019). La presunción de ateísmo según Zubiri. *Pensamiento vol 65*, 1189-1214.
- STECHER, A. (2009). El análisis crítico del discurso como herramienta de investigación psicosocial del mundo del trabajo. *Discusiones desde América Latina. Universidad Diego Portales*, 93-107.
- The Wild Project. (24 de Marzo de 2020). *Cura intenta convencer a Jordi Wild de que DIOS existe [Archivo de vídeo]*: <https://www.youtube.com/watch?v=JKENfj2Kvyk>
- Van-Dijk, T. A. (2000). El discurso como interacción en la sociedad. En T. A. Dijk, *El discurso como interacción social: estudios del discurso, introducción multidisciplinaria* (págs. 19-66). Gedisa.

Van-Dijk, T. A. (2003). La multidisciplinaridad del análisis crítico del discurso: un alegato en favor de la diversidad. En R. W. Meyer, *Métodos de análisis crítico del discurso*. (págs. 143-177). Barcelona: Gedisa.

Vida, esperanza y verdad . (20 de 07 de 2022). *vida esperanza y verdad*. Obtenido de <https://vidaesperanzayverdad.org/biblia/es-la-biblia-veraz/como-sabemos-que-la-biblia-es-verdad/>

Voloshinov, V., & Bajtin, M. ([1929]1992). *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Madrid: Alianza.

Wodak, R., & Meyer, M. (2001). *Métodos de Análisis Crítico del discurso*. España: Editorial Gedisa, S.A.