

LAS METÁFORAS COMO ESTRATEGIA DE PERSUASIÓN EN LAS PUBLICACIONES DE LOS TESTIGOS DE JEHOVÁ

Daniela Osorio Castro
Universidad Nacional de Colombia
danosoriocas@unal.edu.co

Recibido: 15/02/2021 - **Aprobado:** 23/04/2021 - **Publicado:** 30/07/2021

DOI: doi.org/10.17533/udea.lyl.n80a18

Resumen: Los testigos de Jehová son una comunidad cristiana enfocada en transmitir las enseñanzas de Jesús. Como parte de su predicación, utilizan publicaciones que presentan numerosas estrategias retóricas orientadas al convencimiento. El presente trabajo analiza una de las más recurrentes: las metáforas. Para esto se tomó como corpus los símiles y analogías de dos de sus libros dirigidos a adolescentes. Después de identificar las características, los patrones y la eficacia comunicativa de las metáforas, el análisis se centra en aquellas que reflejan su sistema de creencias y se comprueba que dicha estrategia discursiva es eficiente para reproducirlo.

Palabras clave: testigos de Jehová; metáfora; análisis del discurso; símil; analogía.

METAPHORS AS A PERSUASION STRATEGY IN JEHOVA'S WITNESSES PUBLICATIONS

Abstract: The Jehovah's Witnesses are a christian community focused on transmitting Jesus' teachings. In their regular preaching activities, they use publications that present numerous rhetorical strategies aimed to persuading the public. The present work analyzes one of the most recurrent strategies: metaphors. For this, similes and analogies from two of their books for adolescents were taken as the corpus. The identification of characteristics, patterns, and communicative effectiveness allows the researcher to select metaphors that reflect their belief system, and it is verified that this discursive strategy is efficient to reproduce that system.

Key words: Jehovah's Witnesses; metaphor; discourse analysis; simile; analogy.

1. Introducción

Los testigos de Jehová son una comunidad cristiana fundada en el siglo XIX en Estados Unidos por Charles Taze Russel. Este grupo considera que sus prácticas y creencias son las del cristianismo verdadero y originario, el único que sigue al pie de la letra las enseñanzas de Jesús. Para ser coherentes con ellas, su más grande principio consiste en seguir exclusivamente y a cabalidad las enseñanzas de la Biblia. Los testigos, a diferencia de otros cristianos, no creen en la inmortalidad del alma ni en la Santísima Trinidad. Su misión es transmitir la que ellos consideran verdad bíblica entre todas las personas, sin importar su raza, origen, nacionalidad o edad. Por tal motivo, gran parte de su tiempo es dedicado a las predicaciones; es decir, a difundir de casa en casa lo que para ellos es la palabra de Jesús. Para esto hacen uso de un gran número de folletos, revistas y libros que reproducen sus enseñanzas en numerosos idiomas alrededor del mundo.

El presente trabajo se centra en analizar las metáforas presentes en estas publicaciones, especialmente aquellas que reflejan el sistema teleológico y axiológico de los testigos.¹ El término «metáfora» es aquí utilizado como sinónimo de la «metáfora conceptual» definida en la lingüística cognitiva, especialmente en el trabajo de Lakoff y Johnson (2008), por lo que abarca tanto las expresiones metafóricas como los símiles y las analogías. Según este paradigma, al ser la metáfora una figura del pensamiento y no del lenguaje, su uso no se limita al ámbito estético. Por el contrario, la metáfora tiene la finalidad práctica de facilitar el razonamiento sobre el mundo, pues permite comprender aquello que es en exceso abstracto y complejo. Si se adquieren conocimientos por medio del discurso, la manera en la que éste se estructura determina cómo se procesan y conceptualizan tales conocimientos. Por esta razón, la metáfora funciona como estrategia pedagógica y juega un papel trascendental en la reproducción y difusión de ideologías. Analizarla, por lo tanto, requiere herramientas tanto de la lingüística cognitiva como del análisis del discurso, y al mismo tiempo es un ejercicio que enriquece la interfaz entre ambas. Los ejemplos son tomados de los libros *Lo que los jóvenes preguntan, respuestas prácticas*, volúmenes I (2008) y II (2011). Aunque las metáforas no son exclusivas de estas publicaciones, la finalidad didáctica de su uso se hace predominante al estar enfocados en los jóvenes.

2. Marco conceptual de la metáfora

2.1. La metáfora en la lingüística cognitiva

La metáfora es la figura retórica por excelencia. Ella es parte esencial del lenguaje poético y literario del corte

1. Esta investigación surgió originalmente del trabajo realizado para la asignatura Análisis del Discurso. Una versión anterior de este artículo se presentó como ponencia en el III Congreso Internacional de Investigación Lingüística de la Universidad de Antioquia, entre el 4 y 6 de septiembre de 2019 en Medellín (Colombia).

Las metáforas como estrategia de persuasión en las publicaciones de los testigos de Jehová más sofisticado. La lingüística cognitiva, sin embargo, llama a dicha figura «expresión metafórica» y la diferencia de la metáfora conceptual (Lakoff & Johnson, 2008). La metáfora conceptual es un conjunto sistemático y coherente de correspondencias ontológicas y epistemológicas entre dos dominios del sistema conceptual, por lo que no es una figura del lenguaje sino del pensamiento. Las correspondencias que se crean conservan la estructura y las relaciones internas al dominio. Esto implica que no solo se habla de un concepto en términos de otro, sino que se entiende y se razona sobre el primero siguiendo los patrones del segundo. Tales correspondencias no son exhaustivas, pues la metáfora conceptual solo se enfoca en ciertos elementos del dominio de partida. Utilizar metáforas conceptuales —que se llamarán de aquí en adelante solo «metáforas»²—, permite destacar ciertos aspectos del dominio de llegada y ocultar otros. La metáfora refleja y refuerza una particular forma de pensar (Semino, 2008).

Teorías posteriores entre los cognitivistas desarrollan las ideas pioneras de Lakoff y Johnson. Por ejemplo, Grady, Oakley y Coulson (1999) desarrollan la teoría de la integración —Blending Theory— de los espacios mentales planteada anteriormente por Fauconnier y Turner. Estos autores plantean que, además de los dominios de partida y de llegada, existe también un «espacio genérico» que reúne las cosas que ambos tienen en común y permite hacer la conexión entre ellos. Proponen, por último, un «espacio de integración», que fusiona la información del dominio de partida y del dominio de llegada y además contiene la información conceptual nueva que surge de la fusión misma hecha con base en el conocimiento enciclopédico (Croft & Cruse, 2004). En desarrollos posteriores, esta información conceptual novedosa surge de una perspectiva pragmática, ya que el significado que asignan el hablante y el oyente depende de la información contextual y de los propósitos de los interlocutores (De la Rosa, 2020).

La metáfora permea todos los registros del lenguaje cotidiano y se hace explícita en numerosas expresiones metafóricas, además de símiles, analogías y otras construcciones similares. Se utilizan las metáforas en el día a día con tanta regularidad que muchas ya se encuentran lexicalizadas, es decir que han perdido paulatinamente su sentido figurado para convertirse en unidades fijas. En efecto, numerosas metáforas se expresan en construcciones o expresiones no reconocidas como metáforas o incluso imposibles de pensar de manera no metafórica. Por ejemplo, la metáfora EL TIEMPO SE UBICA ESPACIALMENTE DE FRENTE A NOSOTROS se revela y plasma en expresiones como *tienes toda la vida por delante, todos vamos a morir, se acerca Navidad*. Especialmente ilustrativa es la construcción analítica de futuro *ir* + verbo, como en el ejemplo *voy a hablar de lingüística en la tarde*. Tales expresiones revelan que el tiempo se concibe en términos espaciales de forma casi inconsciente a tal punto que el verbo *ir* se ha gramaticalizado como auxiliar y ha perdido ya su contenido léxico. La percepción del mundo que rodea al ser humano está influenciada y al mismo tiempo reflejada en la estructura interna de las metáforas y las relaciones entre ellas.

Otras metáforas, en cambio, son novedosas y surgen en un determinado contexto para fines muy precisos.

2. Las metáforas conceptuales se reportan aquí en mayúscula, las expresiones metafóricas citadas textualmente en itálica, y las expresiones metafóricas parafraseadas en redonda, que es la fuente del resto del texto.

Las metáforas como estrategia de persuasión en las publicaciones de los testigos de Jehová
Metáforas de este tipo asocian dos dominios que no suelen aparecer unidos, y eso llama la atención de una forma que no siempre logra la metáfora convencionalizada. Como se puede ver más adelante, las metáforas más usadas por los testigos de Jehová corresponden a este tipo, ya que son más efectivas para sus propósitos discursivos.

2.2. La relación entre metáfora y discurso

De lo anterior se desprende que, como figura del pensamiento, la metáfora no es una estrategia exclusiva del lenguaje poético, sino que está presente en cualquier discurso, entendido aquí como instancias reales de escritura o habla que se producen e interpretan en determinados contextos con determinados fines (Semino, 2008).

Las metáforas son un elemento crucial como estrategia pedagógica (Cameron, 2003), puesto que las imágenes que se logran recrear en una metáfora permiten que conceptos abstractos o complejos sean manipulables cognitivamente y, por ende, sean comprendidos con mayor facilidad. En consecuencia, la forma que toma la metáfora condiciona la forma en la que es comprendida. Si los conocimientos se adquieren a través del discurso, la manera en la que se estructura dicho discurso determina la manera en la que se aprehenden, estructuran y conceptualizan tales conocimientos. Las imágenes vívidas permiten que los mensajes sean transmitidos más eficientemente y esto es clave en la enseñanza, pero estas también juegan un papel trascendental en la reproducción y difusión de ideologías. Incluso si no es el único canal a través del cual ellas se expresan, el discurso cumple un rol fundamental en la transmisión de ideologías, ya que es justamente en la práctica discursiva donde la ideología puede formularse explícitamente. La persuasión, la argumentación, el ocultamiento, la legitimación, la manipulación y otras nociones semejantes se presentan principalmente en el discurso (Van Dijk, 1999).

Tales prácticas discursivas son notoriamente sociales. Las metáforas no son universales, sino que están fundamentadas y mediadas por la experiencia física y cultural de los hablantes (Lakoff & Johnson, 2008). Esto quiere decir que los esquemas de pensamiento en los que se fundamentan no están sólo en el plano individual, sino también en el social, una opinión claramente compartida por Van Dijk a la hora de hablar de ideologías: «El análisis cognitivo de las ideologías no implica que las ideologías sean individuales o solamente mentales. Son tanto mentales como sociales, y sus propiedades mentales también se adquieren, comparten y cambian socialmente» (Van Dijk, 1999, p. 392). Por todo lo anterior es que Van Dijk (1999, 2015) plantea un triángulo conceptual y explicativo discurso/sociedad/cognición, ya que los tres elementos y las disciplinas que los estudian son indisociables al momento de hacer análisis crítico del discurso y particularmente en el análisis de ideologías.

Es por todo lo anterior por lo que las intenciones, las construcciones lingüísticas y el contexto en el que surgen son algunos de los elementos necesarios para analizar las metáforas de los testigos de Jehová. Lo primero que se hace necesario es entender su importancia como recurso didáctico. En sus publicaciones, las metáforas tienen una función completamente práctica: explicar con claridad cómo funciona el mundo según su cosmogonía y dar pautas para regular la conducta según las normas establecidas en la Biblia. De esta forma los recursos retóricos de estas publicaciones brindan una fuente de información clara sobre sus creencias y sobre los mecanismos

Las metáforas como estrategia de persuasión en las publicaciones de los testigos de Jehová utilizados para transmitirlos.

Al decir que las metáforas reflejan el sistema de creencias es necesario aclarar que, según Van Dijk, se incluyen tanto las creencias fácticas como las evaluativas. Las primeras son las que se consideran parte del conocimiento del mundo. Estas componen el sistema implícito que caracteriza el criterio básico de verdad y configuran el orden epistémico. Las segundas son las opiniones, juicios y actitudes que constituyen el orden moral. Distinguir ambas no es una tarea fácil, ya que la relación entre ambas es estrecha y muchas veces lo que es conocimiento objetivo y presupuesto para un sujeto o sociedad puede ser una mera opinión en la perspectiva de otro grupo. En el caso de los testigos, es posible decir que en las enseñanzas de la Biblia confluyen ambas creencias, porque tanto el mundo como el comportamiento humano están ya determinados por una verdad única.

Como se menciona anteriormente, es de vital importancia hacer una distinción entre las metáforas convencionalizadas en un grupo social y aquellas que se usan deliberadamente en el contexto, pues producen efectos diferentes (Cameron, 2003). Las convencionalizadas son usualmente difíciles de detectar como metáforas a menos de que estén en el ámbito de la literatura o la retórica. Esta categoría constituye y refleja el conocimiento compartido del mundo —la cognición social (Van Dijk, 2015)— que es indisoluble de los modelos mentales individuales.

En cambio, las metáforas novedosas construyen nuevos significados, son más imaginativas y creativas, pero son igualmente coherentes interna y externamente, por lo que no entran en contradicción con el sistema conceptual sociocultural. Estas suelen tener más eficacia comunicativa ya que atraen la atención y no pasan desapercibidas, como aquellas que ya están lexicalizadas. Esto no significa que sean metáforas exóticas o ilegibles, lo que dificultaría su comprensión, sino que utilizan partes que normalmente no se utilizan y de esta forma extienden los significados y generan expresiones mucho más figurativas que literales. En estas es donde resulta más relevante tomar en consideración el contexto de uso y las intenciones de los hablantes. Estas metáforas son las que permiten acceder a las particulares creencias grupales —en términos de Van Dijk (1999)— de los testigos de Jehová, ya que su novedad se fundamenta en las creencias propias compartidas por el grupo cristiano y no trascienden a un plano general de la cognición social de la cultura occidental en las que ellos están inmersos.

En el caso de los testigos de Jehová, todas las metáforas son comprensibles porque, aunque ellos afirmen dirigirse a jóvenes de todos los entornos, etnias y estratos, se enmarcan en un contexto sociocultural específico: la juventud proveniente de y situada en el mundo occidental y globalizado del siglo XXI. Esto permite que las metáforas sean socialmente aceptadas y que los lectores se sientan completamente identificados con las situaciones descritas, lo cual permite comprender con mayor facilidad lo que exponen. La mayoría son metáforas muy poco convencionales, y por esto, en general, se expresan como símiles. Según Steen (2009), los símiles son un tipo de metáfora de comparación manifiesta que establece una relación indirecta y de incongruencia entre los dominios de forma retórica —y no de forma referencial, como llama a las metáforas regulares—. El uso de expresiones explícitamente comparativas en las publicaciones revela que los autores son conscientes de la novedad de la metáfora, así que las exponen de la forma más clara posible para que cumplan a cabalidad su funcionalidad

Las metáforas como estrategia de persuasión en las publicaciones de los testigos de Jehová didáctica.

Cabe anotar en este punto que, si bien la mayoría de los ejemplos expuestos a continuación son símiles y analogías, es limitante considerar que aquello que fundamenta a la metáfora es la mera comparación. La potencia de la metáfora está precisamente en su contenido inédito, su significado añadido. Como bien dice de la Rosa Alzate (2020),

hay una diferencia radical en preguntarse por la semejanza entre dos fenómenos, en el que se opera bajo la lógica de la comparación de significados, lo cual es muy distinto a indagar por el concepto inédito que la metáfora hace emerger. Si se cree que comprenderla es percibir lo semejante, se la despoja de su fuerza conceptual (p. 425).

Por lo tanto, la eficacia de un discurso direccionado al convencimiento o a la enseñanza depende en gran medida de ese contenido inédito que llama la atención. La forma en la que se configura el discurso a través de metáforas novedosas es determinante en la comprensión de su contenido.

3. Primeros ejemplos de las metáforas de los testigos de Jehová

Las metáforas encontradas siguen el patrón de explicar lo complejo y lo abstracto en términos concretos y simples. Se pueden resaltar las siguientes:

EL CUERPO FÍSICO ES UNA MÁQUINA

Esta primera metáfora conceptual se observa en (1):

(1) *Tu salud es como un automóvil: si no le das mantenimiento, acabará dañándose* (Watch Tower Bible and Tract Society of Pennsylvania, 2011, p. 74)³.

HERIDAS Y PROBLEMAS EMOCIONALES SON HERIDAS Y PROBLEMAS FÍSICOS

Esta metáfora se puede observar en (2) y, más claramente, en (3):

(2) *Para resolver los problemas con los hermanos hay que hacer lo mismo que para curar el acné: no atacar los síntomas sino la causa* (WTBTSP, 2011, p. 43).

(3) *El divorcio de tus padres puede causarte dolor, pero al igual que un brazo roto, la herida se cura con el tiempo* (WTBTSP, 2011, p. 33).

—LA VIDA ES UN VIAJE

Bajo esta metáfora compleja se agrupan las siguientes:

3. De aquí en adelante se citará por su sigla WTBTSP.

Las metáforas como estrategia de persuasión en las publicaciones de los testigos de Jehová

- **DECISIONES SON RUTAS**

Esto se puede ver en la Ilustración 1 y en la afirmación (4), en la que además se expone el peligro de salirse de la ruta esperada:

(4) *Dejar de estudiar antes de tiempo es como si saltaras de un tren antes de llegar a tu destino* (WTBTSP, 2011, p. 138).

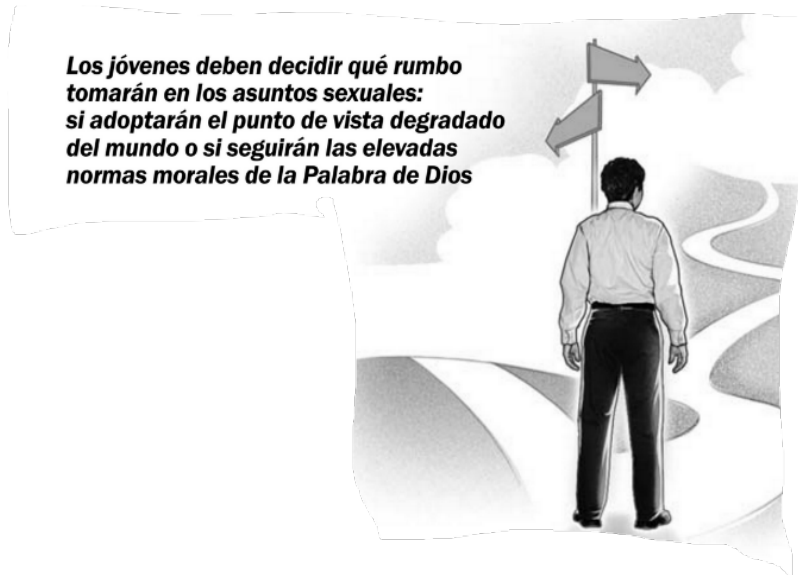


Ilustración 1. Fuente: WTBTSP (2008, p. 233).

- **OBJETIVOS SON DESTINOS EN UN MAPA**

Esta se plasma en (5):

(5) *Planéate cada meta como el punto de destino. Si te lanzas a lo loco, sin dirección ni plan, probablemente no consigas llegar. Es mejor que, por así decirlo, saques un mapa y traces la trayectoria* (WTBTSP, 2008, p. 311).

- **DIFICULTADES SON OBSTÁCULOS EN EL CAMINO**

Esta se hace notoria en ejemplos como el siguiente:

(6) *¿Qué puedes hacer cuando te veas tentado a contar un chisme? [...]imagina que vas conduciendo por una carretera con mucho tránsito. Es probable que de repente surja algo que te obligue a cambiar de carril, ceder el paso a otro automóvil o frenar en seco. Si estás atento, verás el peligro y sabrás cómo reaccionar* (WTBTSP, 2008, p. 107).

- **ETAPAS DE LA VIDA SON LUGARES**

Las metáforas como estrategia de persuasión en las publicaciones de los testigos de Jehová
Esta metáfora se nota claramente en (7):

(7) *Abandonar la niñez es como mudarse de casa: adaptarse no resulta fácil, pero tampoco imposible* (WTBTSP, 2008, p. 59).

- **RELACIONES SON MEDIOS DE TRANSPORTE**

Esta metáfora es recurrente en todo el corpus y se puede ejemplificar en (8) y (9):

(8) *Una familia sin uno de los padres es como un bote de remos sin uno de los remeros. Todos tendrán que esforzarse más, pero, si cooperan, llegarán a su destino* (WTBTSP, 2008, p. 211).

(9) *El amor y el respeto son tan imprescindibles como las dos ruedas de una bicicleta* (WTBTSP, 2011, p. 191).

Como se puede observar en estos ejemplos, la mayoría de las metáforas en estos libros se encuentran en un espacio especial de la página, en el que además se les añade una imagen ilustrativa. Texto e imagen se alimentan mutuamente y constituyen metáforas multimodales, pues recurren a dos mecanismos diferentes dentro del modo visual: el verbal y el gráfico. Aunque las imágenes por sí solas no son metáforas visuales ya que, en su mayoría, describen simplemente el dominio de partida, el conjunto que forman puede considerarse una metáfora multimodal ya que la metáfora es más compleja cuando utiliza más de un sistema semiótico para potenciar los significados (Pardo, 2014). Utilizar imágenes permite a los lectores tener una percepción más directa e inmediata del mensaje, algo que recalca su carácter didáctico. Si las metáforas son de por sí imágenes vívidas, usar una imagen real permite anclar el significado y transmitirlo de manera más eficiente que en los casos en los que se utilizan solamente palabras.

También se hace notoria la novedad en las metáforas de los testigos, pues muy pocas son las que recurren a asociaciones convencionales. Este punto se hace más evidente en el ejemplo (10).

(10) *Discutir con tus padres es como correr en una cinta: gastas muchas energías y nunca llegas a ninguna parte* (WTBTSP, 2011, p 15).

Este ejemplo revela la metáfora poco convencional LAS DISCUSIONES SON EQUIPOS DEPORTIVOS ESTÁTICOS. Dicha metáfora es completamente comprensible en una sociedad que utiliza caminadoras y muchos otros instrumentos semejantes para hacer ejercicio. La extrañeza, peculiaridad u originalidad de la analogía no impide que sea comprendida, sino que, por el contrario, llama la atención justamente hacia los elementos que el grupo quiere resaltar. Como muchas metáforas que utilizan en las publicaciones, tiene la característica de que condensa un contenido fuertemente ideológico en elementos que no tienen en sí mismos ninguna carga ideológica —como un implemento deportivo— y de esta manera se reduce al mínimo la posibilidad de cuestionamiento. ¿Quién podría pensar que una caminadora tiene contenido axiológico?

Después de este breve paneo de características generales, el análisis se centrará en aquellas metáforas que reflejan el sistema ideológico y que son efectivas para reproducirlo, por lo que tienen un impacto social, moral y religioso.

4. Un sistema moral basado en la idea de la batalla

La metáfora compleja para el análisis es la siguiente: **ACTUAR SEGÚN LOS PRINCIPIOS BÍBLICOS ES UNA BATALLA**. El análisis de esta metáfora comienza al explicar que bajo esta metáfora se pueden agrupar elementos cruciales de la filosofía de vida de los testigos. Como en todas las batallas, para vencer hay que luchar y la victoria se la lleva solo uno de los contrincantes —el ganador— quien genera gran daño al vencido y lo esclaviza o somete. Estos elementos y las metáforas que los componen se detallan a continuación.

4.1. Los enemigos

En este sistema conceptual-ideológico de los testigos de Jehová, el enemigo principal corresponde a dejarse llevar por los impulsos. Estos incluyen tanto las emociones descontroladas como la caída en las tentaciones de un mundo moralmente corrupto, como los cigarrillos, las drogas, el alcohol en exceso, la pornografía y la fornicación, la cual se refiere a todas las prácticas sexuales diferentes al sexo vaginal dentro del matrimonio.

(11) *Querer satisfacer todos los deseos sexuales que sientas sería tan ilógico como golpear a una persona cada vez que sientas el deseo de hacerlo* (WTBTSP, 2008, p. 51).

Con este ejemplo es evidente que no es condenable tener deseos ni sentirse tentado a experimentar, lo condenable —el enemigo que se debe combatir— es dejarse llevar por tales impulsos y cometer conductas inmorales. Ejecutar todo aquello que viene a la mente sin hacer ninguna mediación racional es un acto tan ilógico que no basta dejarlo claro con el ejemplo; se recalca con el uso del condicional «sería», que subraya la irrealidad del acto.

Con los deseos homosexuales ocurre lo mismo. Los testigos, en sus propias palabras, no condenan a las personas homosexuales, sino solamente sus prácticas, prácticas, de la misma forma que puede condenarse la conducta de fumar sin odiar a quien lo hace (WTBTSP, 2011, p. 167). Según su ideología, no es inmoral tener pensamientos homosexuales, sino vivir cumpliendo o haciendo reales tales pensamientos. Incluso si la homosexualidad es una condición innata, esto no justifica los actos homosexuales.

(12) *Mucha gente dice que la violencia tiene causas genéticas[...]Aún así, la Biblia condena la conducta agresiva. ¿Te parece que eso es injusto solo porque hay personas que supuestamente son violentas por naturaleza?* (WTBTSP, 2011, p. 169).

En este ejemplo se equiparan nuevamente los deseos sexuales con la agresividad, de una forma tal que se lleva al lector a tomar la misma postura negativa que se debe tener frente a la violencia o los deseos de violencia en el marco de una sociedad civilizada.

Dentro de la concepción de la sexualidad se introduce otra metáfora: EL VALOR DE LAS PERSONAS ES EL VALOR DE UNA MERCANCÍA, como se observa en el ejemplo (13).

(13) *Tu cuerpo es un tesoro* (WTBTSP, 2011, p. 177).

El ejemplo más contundente de esta metáfora es el (14), que además se acompaña de la imagen referenciada en la Ilustración 2.



Ilustración 2. Fuente: WTBTSP (2011, p. 177).

(14) *Tener relaciones sexuales antes de casarse es como usar un valioso cuadro de alfombra* (WTBTSP, 2011, p. 177).

Asociar dos cosas que nadie asocia comúnmente genera un potente impacto en el lector, lo que garantiza la efectividad del mensaje. Mientras más absurda es la comparación, más claro queda lo impensable que es para este grupo tratar a la virginidad sin el respeto que para ellos merece. En este ejemplo es fundamental el uso de la imagen, pues la situación descrita se complementa con la presencia del cuadro de Da Vinci, algo que no se menciona verbalmente. El valor de este cuadro está arraigado culturalmente, ya que es la sociedad occidental la que considera a la Mona Lisa como la pintura más importante en toda la historia. Incluso quien no sabe de arte,

Las metáforas como estrategia de persuasión en las publicaciones de los testigos de Jehová de Renacimiento o quien desconoce por completo al autor, sabe que la Mona Lisa es valiosa y que en ninguna circunstancia es correcto usarla de alfombra. Similar es el caso de (15), que se puede ver retratado en la Ilustración 3.

(15) *El sexo por diversión te resta valor* (WTBTSP, 2011, p. 187).



Ilustración 3. Fuente: WTBTSP (2011, p. 187).

En esta imagen se repiten la asociación del cuerpo como mercancía y el mensaje contra la fornicación, además de que también se recurre a una imagen para hacer más contundente el contenido de lo escrito. En la imagen el valioso collar no solo muestra un valor menor a lo que se esperaría, sino que es gratis. Lo que transmite la imagen es que el sexo por diversión no solo resta valor, sino que lo elimina por completo.

4.2. Las bajas, los daños, las pérdidas

Los daños generados por todos estos enemigos son expresados metafóricamente con afectaciones de diversa índole. Los pensamientos inmorales infectan la mente como los virus infectan los computadores (WTBTSP, 2008, p. 239), los vicios de cualquier tipo muerden como una serpiente (WTBTSP, 2011, p. 251) o intoxican lenta y silenciosamente:

(16) *Jugar con videojuegos violentos o inmorales es como exponerse a residuos radiactivos. Puede que al principio no veas los efectos, pero tarde o temprano te darás cuenta del daño que te están haciendo* (WTBTSP, 2008, p. 250).

Las metáforas como estrategia de persuasión en las publicaciones de los testigos de Jehová

Los enemigos pueden incluso quemar vivo al ser humano, como se aprecia en 17, en el que el verbo *vencer* reproduce la misma metáfora de la batalla:

(17) *Vencer una adicción es como escapar de una casa en llamas: no es fácil, pero logra salvar tu vida* (WTBTSP, 2011, p. 187).

En consonancia con la imagen anterior, se identifica la metáfora LAS EMOCIONES SON FUEGO: en medidas pequeñas y controladas están igual de bien que una vela o una chimenea, pero cuando no se controlan son como las llamas que producen un incendio (WTBTSP, 2008) En otros casos, las malas influencias pueden envenenar como lo hace la comida podrida:

(18) *¿Verdad que la comida en mal estado te hace daño, aunque solo comas un poco? Con la música que no es sana pasa lo mismo* (WTBTSP, 2008, p. 255).

Esta analogía, al igual que los ejemplos anteriores, está enfocada a orientar la conducta de los lectores para que, de forma incuestionable, erradiquen por completo todos aquellos estímulos inmorales. Para demostrar el poder de esta metáfora, basta considerar el siguiente ejemplo hipotético: si el símil fuera que las películas o la música inmoral son como una fruta con una cáscara dura e incomible, el acercamiento a este tipo de estímulos sería radicalmente diferente. La invitación sería, en ese caso hipotético, a quitar la cáscara para encontrar la pulpa jugosa que vale la pena y que puede disfrutarse. En ese escenario la moraleja no sería que se debe cortar todo contacto con las influencias inmorales, sino que se debe lograr encontrar los aspectos aprovechables dentro de todo lo negativo. Por la forma en la que se expone el estímulo nocivo en estas metáforas, en cambio, se obtiene que las personas son lo que consumen, por lo que deben ser selectivos al momento de elegir qué influencias tendrán en su vida y desechar en su totalidad aquello que contenga elementos opuestos a su forma de vida.

4.3. La derrota

Sin embargo, la verdadera derrota al perder la batalla es que todos estos enemigos esclavizan. Así como a un pez le sale caro la pequeña satisfacción de morder la carnada pues otro termina controlándolo (WTBTSP, 2008, p. 122; WTBTSP, 2011, p. 239), disfrutar de los placeres mundanos conduce a la pérdida de la libertad. Las adicciones como fumar o tomar en exceso, la presión social e incluso los propios deseos esclavizan cuando se les permite tomar el control. Quien se amolda a las normas sociales solo para encajar en un grupo es un simple títere o ficha de ajedrez (WTBTSP, 2008, p. 135; WTBTSP, 2011, p. 63) sin voluntad propia:

(19) *Si te amoldas a las normas de los demás para encajar, te convierte en un simple peón de ajedrez que otros*

El uso de la personificación es recurrente en estas metáforas. Tal figura retórica es uno de los elementos más importantes entre las metáforas ontológicas según Lakoff y Johnson (2008) y es una herramienta fundamental (Cameron, 2003). Así, tenemos ejemplos como el siguiente:

(20) *La pornografía te ata cada vez más: cuánto más la veas, más difícil te será dejarla* (WTBTSP, 2008, p. 276).



Ilustración 4. Fuente: WTBTSP, (2011, p. 263).

La personificación se observa con mayor fuerza enunciativa en las imágenes, como se ejemplifica en la Ilustración 4, pues estas envían el mensaje de manera concisa al involucrar directamente la independencia y la capacidad racional de los lectores. Pocos mensajes son tan contundentes como el de ver un celular que saca a pasear a un joven con correa, como si fuera un perro. Si un celular puede ser más fuerte que un ser humano inteligente, es necesario replantearse todos los hábitos. La imagen recurre a esta estrategia para influenciar el comportamiento.

4.4. La lucha y la responsabilidad

La batalla por una vida moral es una lucha constante y cotidiana que requiere esfuerzo, y su objetivo final es lograr el control sobre los enemigos mencionados anteriormente. Aunque es normal caer en el error y tal suceso, al igual que caerse en una carrera, no anula el progreso realizado hasta el momento (WTBTSP, 2011, p. 180), es de vital importancia que las recaídas no se conviertan en un hábito, ya que estar expuesto a tales estímulos de forma constante hace que se pierda el sentido moral, que se vuelve resistente y «tan insensible como el tejido cicatrizado después de una grave quemadura» (WTBTSP, 2008, p. 138). El sentido moral, ese que permite saber qué está bien y qué está mal, se enmarca en la metáfora LA CONCIENCIA ES UNA BRÚJULA, como lo afirman explícitamente

Las metáforas como estrategia de persuasión en las publicaciones de los testigos de Jehová en (21):

(21) *Las amistades que no te convienen son como el imán: alteran tu visión de las normas morales* (WTBTSP, 2011, p. 67).

Por lo anterior, es crucial evitar al máximo todas las situaciones que ponen la propia integridad en peligro, especialmente en los momentos de diversión porque, al igual que cuando un soldado baja la guardia, en esos momentos es más fácil atentar contra los principios morales (WTBTSP, 2008). Por esto es importante poner límites antes de que sea demasiado tarde, y ser muy cauto con aquello que se elige ver, escuchar y hacer. Así mismo, se deben elegir bien las compañías y se deben evitar todos los ambientes donde hay una exposición constante a actos inmorales, como fiestas o salidas sociales. Tomar las medidas necesarias para evitar los daños se nota claramente en la analogía de 22:

(22) *¿Verdad que no esperarías a que ardiera tu casa para instalar una alarma? Pues tampoco esperes a que se despierte la pasión para poner límites* (WTBTSP, 2008, p. 46).

Todo lo anterior refleja consistentemente la concepción de la responsabilidad para los testigos. Es cada individuo el que tiene que poner la barrera entre lo que es bueno para consumir y lo que no; es cada uno el que decide si exponerse o no a los dichos residuos radioactivos. Por ejemplo, emborracharse o usar ropa provocativa favorecen una agresión sexual; en el primer caso porque se pierde el control sobre uno mismo, y en el segundo porque LA VESTIMENTA ES UN LENGUAJE y transmite mensajes sobre uno mismo (WTBTSP, 2011, p. 80). Por más que los textos afirmen explícitamente que una violación no es nunca culpa de la víctima, todo el discurso adjudica una carga de responsabilidad ante los eventos negativos. Si «coquetear es jugar con fuego» (WTBTSP, 2008, p. 125), quien coquetea debe entonces ser consciente de cuáles son las consecuencias de sus acciones, de la misma forma que el que juega con fuego sabe perfectamente que puede quemarse.

Ninguna batalla es fácil. Todo aquello que vale la pena requiere trabajo y no llega como un regalo. Aquí encajan coherentemente las metáforas que equiparan el esfuerzo de la batalla al esfuerzo que requiere cualquier actividad. Así lo revelan las siguientes muestras:

(23) *Hablar de tus creencias es como tocar un instrumento, para hacerlo bien hay que practicar* (WTBTSP, 2008, p. 298).

(24) *Unir dos familias es como mezclar agua y cemento: requiere tiempo y esfuerzo para que el resultado sea estable y duradero* (WTBTSP, 2011, p. 39).

(25) *La confianza es como el sueldo, se gana con esfuerzo* (WTBTSP, 2011, p. 115).

Los anteriores enunciados dan a entender que, ya sea para tener una buena relación con la familia, para superar las emociones dolorosas, para sacar buenas notas, para alcanzar la sabiduría o para resistirse a las tentaciones, la disciplina y la dedicación son necesarias. El esfuerzo, aunque enfocado a distintas metas, se compara con un esfuerzo físico que da resultados, como una cosecha que da frutos a largo plazo si se trabaja bien (WTBTSP, 2008, p. 115).

4.5. *La libertad*

Para evitar caer en la esclavitud y alcanzar la libertad, además del esfuerzo, es necesario seguir las normas bíblicas. En un principio puede sonar paradójico que la libertad se alcance siguiendo normas rígidas. Los placeres del mundo se ven tan inofensivos y emocionantes que perderselos puede parecerse a no poderse montar en la montaña rusa:

(26) *Es como si estuvieras en un parque de diversiones y no pudieras subirte en nada* (WTBTSP, 2011, p. 266).

Sin embargo, en realidad, esta creencia nace de lo que para los testigos es una falsa idea de libertad. La verdadera libertad no consiste en consumir drogas o tener sexo sin límites, sino en hacer aquello que más conviene a largo plazo, y ello ya está delimitado por las normas bíblicas. Según los testigos, los preceptos de la Biblia no limitan la libertad, sino que la protegen.

(27) *Quizás pienses que te tienen atado, como una camisa de fuerza. Pero en realidad te protegen, como un cinturón de seguridad* (WTBTSP, 2008, p. 288).

Nadie en sano juicio se siente reprimido por un cinturón. En la afirmación del ejemplo, el uso de estos términos, para describir las reglas de la Biblia, permite crear una imagen positiva de ellas, pues, al igual que el cinturón, la única finalidad es el propio bienestar. De este modo, los consejos bíblicos no son los que atan y oprimen, sino los que liberan, «[...]como una llave que te libera de las cadenas de la desesperación» (WTBTSP, 2008, p. 167) y del resto de las malas influencias. Las consecuencias negativas por no seguirlos, por lo tanto, no son amenazas divinas sino efectos lógicos de unas causas bien definidas, al igual que ocurre con la física porque LAS LEYES MORALES FUNCIONAN COMO LEYES FÍSICAS:

(28) *Hacer algo que va en contra de las leyes físicas —por ejemplo, desafiar la ley de la gravedad— tiene sus consecuencias. Lo mismo pasa cuando haces algo que va en contra de las leyes morales* (WTBTSP, 2011, p. 173).

Según los testigos, no hace falta experimentar todo para saber qué es correcto o incorrecto, ya que de la experiencia ajena también se aprende a vivir, por lo que seguir las enseñanzas de la Biblia permite ahorrar

Las metáforas como estrategia de persuasión en las publicaciones de los testigos de Jehová frustraciones y sufrimientos innecesarios. Por esta misma razón, la autoridad de los padres es completamente justificada:

(29) *Los padres son como los socorristas de la playa: están en mejor posición que tú para ver los posibles peligros* (WTBTSP, 2011, p. 269).



Ilustración 5. Fuente: WTBTSP (2008, p. 203).

Asimismo, son como el piloto y el copiloto de un avión (WTBTSP, 2008, p. 203): puede que discutan, pero siempre van a saber más que los pasajeros sobre cómo volarlo. En la Ilustración 5 se puede apreciar cómo tal metáfora establece claramente cuáles son los roles de cada uno de sus integrantes y lo absurdo que es cuestionarlos para los testigos.

Como las normas se deben seguir por el propio bien, romperlas solo hace daño a quien las rompe, no a los que las dictan. Por esto, ocultar a los padres algo que se sabe que es malo sería igual de absurdo que «[...] ocultar que un diabético se da atracones de cosas dulces a escondidas» (WTBTSP, 2008, p. 25) o igual de ilógico que caer en arenas movedizas por haber desobedecido las indicaciones del camino y, en vez de pedir auxilio con fuerza, quedarse callado para evitar un regaño (WTBTSP, 2008, p. 140).

4.6. La felicidad

Más allá de la libertad, lo que se consigue cuando se gana la batalla es la felicidad. Esa es la verdadera victoria, la que se obtiene cuando se han controlado los impulsos de tal forma que es posible seguir por el camino correcto. Para los testigos, el camino correcto es aquel que permite establecer una buena relación con Dios, quien aparece

Las metáforas como estrategia de persuasión en las publicaciones de los testigos de Jehová tanto en el rol de padre como en el de amigo. Especial esfuerzo requiere la relación con él, porque debe cultivarse, trabajarse y cuidarse:

(30) *Para estar en forma, hay que hacer ejercicio; para tener una buena relación con Dios, hay que estudiar la Biblia* (WTBTSP, 2011, p. 275).



Ilustración 6. Fuente: WTBTSP (2008, p. 290).

El fruto de la buena relación con Dios es la felicidad verdadera, como se refleja en las expresiones de la Ilustración 7, donde se compara el cuidado de tal amistad con el de una planta. A diferencia de los vicios, tentaciones y placeres efímeros que no hace falta vivir para saber que son incorrectos, esta relación y la felicidad que conlleva sí debe experimentarse en carne propia:

(31) *Lo podrías comparar a un delicioso plato de comida ¿verdad que no es lo mismo oír hablar de él que probarlo por ti mismo? Pues ocurre igual con la idea de ser Testigo* (WTBTSP, 2011, p. 279).

5. Reflexiones finales

Dentro de todo este sistema metafórico se condensa un sistema de creencias, valores y principios bastante rígido. Tan solo en las metáforas conceptuales representadas en los textos se pueden identificar algunos elementos de la estructura ideológica planteada por Van Dijk (1999, 2015), como la clara distinción entre NOSOTROS y ELLOS. Los testigos marcan una línea neta y clara entre los cristianos —testigos, solamente— y el resto de la humanidad. Esta polarización está fuertemente ligada al énfasis en la positiva descripción propia, ya que con recurrencia hablan de los valores que solo ellos tienen y que los enorgullecen, incluso si son contrarios a los del resto del mundo. Esta división se explicita en casos como el 32, en el que el verbo en primera persona plural permite entender el sentido de grupo y se hace explícito el distanciamiento entre este y los otros.

(32) *Los cristianos tenemos el valor de ir contra de la corriente* (WTBTSP, 2011, p. 169).

Las metáforas que usan son un ejemplo de «la estrecha relación entre las ideologías de grupo y la autoatribución de la verdad en las representaciones sociales, al igual que la relación entre ideología, verdad y orden moral» (Van Dijk, 1999, p. 384). Justamente, los testigos se jactan de poseer la verdad bíblica. Esta verdad incluye tanto las creencias fácticas sobre cómo es el mundo para ellos, como las creencias evaluativas que involucran necesariamente su sistema axiológico. La actividad que los caracteriza y les permite reconocerse como grupo es salir a predicar tal verdad, ya que para ellos la mejor prueba de altruismo es dar a otros la oportunidad de conocerla. Aunque esto les genere choques con la ideología dominante, no por esto disimulan o esconden sus creencias. Ya que su propósito manifiesto es ayudar, se oponen a la ideología dominante y se visualizan a sí mismos en el rol de salvadores, mientras consideran que sus contradictores viven necesariamente en el error:

(33) *¿Cuál es la mejor forma de ayudar a alguien que se está ahogando? ¿Tirándote al agua, o lanzándole un salvavidas?* (WTBTSP, 2008, p. 146).

Con este tipo de afirmaciones, ejemplos e imágenes, se transmite un dualismo tajante entre lo bueno y lo malo, lo correcto y lo incorrecto. Como afirma Vargas Llovera (2006), «en toda la iconografía que presentan sus publicaciones se advierte la contraposición del bien y del mal, de la ortodoxia y de la herejía, de la organización y de la desorganización, de lo perfecto y de lo imperfecto» (p. 327). Para ellos, la verdad es una sola, por lo que el camino para vivir bien y de forma adecuada es uno solo. Todo el sistema ético está construido en dualismos en los que únicamente existen el blanco y el negro, sin ninguna escala de grises. Solo hay extremos incuestionables, solo hay «estereotipos inmutables de su realidad doctrinal» (Vargas Llovera, 2006, p. 327).

6. Conclusiones

A través del estudio de las metáforas usadas en las publicaciones de los testigos de Jehová, es posible identificar principios que estructuran su sistema de creencias. Esto vale tanto para las creencias fácticas como para las creencias evaluativas. Son sobre todo las últimas las que involucran sus valores morales y sus normas de comportamiento. A través de las metáforas se pueden confirmar las ideas que tienen sobre la virginidad, el matrimonio y la familia, sobre el consumo de drogas o la forma de vestir, sobre la forma de llevar la amistad y todos los demás temas que son relevantes en la vida de un adolescente.

La manera en la que transmiten tales creencias a las nuevas generaciones permite vislumbrar que tales normas y valores son inamovibles e incuestionables. Para ellos, el camino correcto para alcanzar la felicidad está ya determinado y escrito claramente en la Biblia. Y, en efecto, para ellos ese camino es solamente uno. El único deber de cada sujeto es seguirlo con la constancia y la fuerza necesaria para no dejarse descarrilar por las influencias negativas externas; una batalla constante que requiere disciplina, esfuerzo y fe. Si se pierde la batalla, las personas

Las metáforas como estrategia de persuasión en las publicaciones de los testigos de Jehová terminan por alejarse de lo que ellos entienden por «libertad».

El uso constante y abundante de analogías y símiles con el mundo cotidiano, además de revelar su pensamiento, cumple un fin didáctico y retórico. En los dos libros analizados, enfocados ambos a los jóvenes, los ejemplos simples y comprensibles que utilizan para argumentar cada una de sus enseñanzas permiten justificar, transmitir y afianzar una visión maniquea del bien y del mal.

Al utilizar metáforas novedosas que asocian elementos del mundo moderno a principios éticos y comportamentales, demuestran con naturalidad y con palabras amenas que la única forma correcta de alcanzar la felicidad es llevando la vida que ellos eligen. El discurso mantiene una narrativa en la que se ensalzan mientras denigran de sus detractores, lo cual afianza la polarización del NOSOTROS contra ELLOS. La estrategia retórica de la metáfora legitima la rigidez de sus axiomas, pues lleva al lector a aceptar las conclusiones de los testigos de Jehová como las únicas posibles.

Referencias bibliográficas

1. Cameron, L. (2003). *Metaphor in Educational Discourse*. A&C Black.
2. Croft, W., & Cruse, D. A. (2004). *Cognitive Linguistics*. Cambridge University Press.
3. De la Rosa Alzate, E. A. (2020). La metáfora verbal: entre la comparación y la creación. *Lingüística y Literatura*, 41(77), 410-431. <https://doi.org/10.17533/udea.lyl.n77a18>
4. Grady, J., Oakley, T., & Coulson, S. (1999). Blending and metaphor. En Gibbs Jr, R. W., & Steen, G. J. (Eds.). (1999). *Metaphor in Cognitive Linguistics: Selected Papers from the 5th International Cognitive Linguistics Conference, Amsterdam, 1997* (Vol. 175). John Benjamins Publishing.
5. Lakoff, G. & Johnson, M. (2008). *Metaphors We Live By*. (2nd edition). University of Chicago Press.
6. Pardo Abril, N. (2014). *Discurso en la web: pobreza en YouTube*. Universidad Nacional de Colombia.
7. Semino, E. (2008). *Metaphor in Discourse*. Cambridge University Press.
8. Steen, G. (2009). Three Kinds of Metaphor in Discourse: A Linguistic Taxonomy. In Musolff, A. & Zinken, J. (Eds.) *Metaphor and Discourse* (pp. 25-39). Palgrave Macmillan.
9. Van Dijk, T. A. (1999). *Ideología: una aproximación multidisciplinaria*. Gedisa.
10. Van Dijk, T. A. (2015). Critical Discourse Studies: A Sociocognitive Approach. In Wodak, R. & Meyer, M. (Eds.), *Methods of Critical Discourse Studies* (3rd edition), (pp. 63-74). SAGE Publications.
11. Vargas Llovera, M. (2006). Las publicaciones periódicas de los testigos de Jehová como un medio para la (re) socialización del grupo. *Zainak. Cuadernos de Antropología-Etnografía*, (28), 321-330. <https://core.ac.uk/download/pdf/11499789.pdf>
12. Watch Tower Bible and Tract Society of Pennsylvania (2011) *Lo que los jóvenes preguntan, respuestas prácticas, Vol. I*. Watchtower Bible and Tract Society Of New York, Inc. (Original publicado en 1989). <https://www.jw.org/es/publicaciones/libros/Lo-que-los-j%C3%B3venes-preguntan-Respuestas-pr%C3%A1cticas-volumen-1/>
13. Watch Tower Bible and Tract Society of Pennsylvania (2008) *Lo que los jóvenes preguntan, respuestas prácticas, Vol. II*. Watchtower Bible and Tract Society Of New York, Inc. <https://www.jw.org/es/publicaciones/libros/Lo-que-los-j%C3%B3venes-preguntan-Respuestas-pr%C3%A1cticas-volumen-2/>