

DISCURSOS DEL ODIO / HATE SPEECH

ARTÍCULOS

La paradoja aristotélica: cómo los discursos expresivos animalizan el debate público *

The Aristotelian paradox: How expressive speeches animalize public debate

Pedro Jesús Pérez Zafrilla

Universitat de València

p.jesus.perez@uv.es

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-3293-708X>

RESUMEN: En este artículo analizo cómo la configuración del escenario político y mediático actual ha propiciado la proliferación de discursos expresivos que corrompen el debate público. Ciertos personajes buscan ganar estatus publicando contenidos inflamantes y de odio, y en la arena política prima la imposición de relatos sobre el diálogo entre diferentes. Esto hace que las pretensiones de validez de la comunicación se rompan y el espacio público se tribalice, haciendo aflorar nuestras tendencias evolutivas. En clave aristotélica, se produce una paradoja: el entorno social, que es inherente al hombre, transforma la palabra en voz y reduce al hombre a la animalidad.

Palabras clave: Discursos de odio; pornografía epistémica; tribalismo; dominancia.

Cómo citar este artículo / Citation: Pérez Zafrilla, Pedro Jesús (2022) “La paradoja aristotélica: cómo los discursos expresivos animalizan el debate público”. *Isegoría*, 67: e03. <https://doi.org/10.3989/isegoria.2022.67.03>

ABSTRACT: In this article I analyze how the configuration of the current political and media scene has led to the proliferation of expressive speeches that corrupts public debate. Certain individuals seek to gain status by publishing flaming and hatred content, and in the political arena the imposition of a frame prevails over the dialogue between different persons. This causes the validity claims of the communication to be broken and the public sphere to tribalize, bringing out our evolutionary tendencies. In an Aristotelian frame, a paradox occurs: the social environment, which is inherent in man, transforms the word into voice and reduces man to animality.

Keywords: Hate speech; Epistemic pornography; Tribalism; Dominance.

Recibido: 17 enero 2022. **Aceptado:** 1 julio 2022.

Copyright: © 2022 CSIC. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la licencia de uso y distribución Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

* Este estudio se inserta en el Proyecto de Investigación Científica y Desarrollo PID2019-109078RB-C22 financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033 y en las actividades del grupo de investigación de excelencia PROMETEO CIPROM/2021/072, financiado por Conselleria d’Innovació, Universitats, Ciència i Societat Digital de la Generalitat Valenciana.

INTRODUCCIÓN

El fenómeno de los discursos de odio está cobrando una gran relevancia en el ámbito académico. Los estudios realizados sobre este tema se centran en la naturaleza del discurso del odio (Glucksmann, 2005) y sus tipologías (Miró Llinares, 2016), la relación entre discurso de odio y la libertad de expresión (Valiente Martínez, 2020), o en la conceptualización de nuevos discursos de odio, como el aporóforo (Cortina, 2017).

En este trabajo deseo defender que el análisis de los discursos de odio debe atender al escenario político, mediático y comunicacional que configura la esfera pública actual. En esta, principalmente en internet, proliferan unas formas discursivas de carácter expresivo que se caracterizan por quebrar las condiciones que hacen posible la comunicación. Esto hace más difícil reconocer los discursos de odio en el espacio público, pero, a la vez, multiplica sus expresiones con una mayor o menor intensidad. Por ello, la conceptualización filosófica de los discursos de odio no puede hacerse sin atender a la forma como la discusión racional se rompe.

Así, en este trabajo abordaré cómo los discursos expresivos quiebran la discusión racional. En primer lugar, presentaré la que denomino paradoja aristotélica, y que sirve de fundamentación del resto del trabajo. A continuación, desgranaré los rasgos definitorios de los discursos de odio. Seguidamente abordaré los elementos que caracterizan el marco político y mediático actual, y cómo este escenario impulsa ciertas tendencias que hemos heredado del proceso evolutivo. Finalmente expondré cómo este entorno ha propiciado la aparición de ciertos discursos expresivos que pueblan el debate público. Estos discursos comparten rasgos de los discursos de odio y dan lugar a la paradoja aristotélica, que socava la convivencia democrática.

1. LA PARADOJA ARISTOTÉLICA

Llamo paradoja aristotélica a la circunstancia resultante de aplicar dos tesis centrales de Aristóteles a determinados contextos comunicativos. Sucede que la reivindicación que hace Aristóteles del ser humano como ser social y dotado de palabra (y razón) puede llevar, en ciertos contextos comunicativos, a una situación paradójica en la que el elemento racional queda anulado por una determinada configuración de la dimensión social del ser humano.

En las primeras páginas de la *Política*, Aristóteles expone su concepción del hombre como animal social por naturaleza. Afirma Aristóteles (2000a) que la dimensión social del ser humano es cuali-

tativamente distinta a la de los animales gregarios. Esa diferencia viene dada por la posesión de *lógos*. Por lo tanto, es la posesión de *lógos*, de palabra (y razón), lo que eleva al hombre de la condición puramente animal y le concede una naturaleza diferente. A este respecto resulta fundamental el fragmento en el que Aristóteles establece la distinción entre voz y palabra:

... el hombre es un ser social, más que cualquier abeja y que cualquier animal gregario (...) y el hombre es el único animal que tiene palabra. Pues la voz es signo del dolor y del placer, y por eso la poseen también los demás animales, porque su naturaleza les llega hasta tener sensación de dolor y de placer e indicársela unos a otros. Pero la palabra es para manifestar lo conveniente y lo perjudicial, así como lo justo y lo injusto. Y esto es lo propio del hombre frente a los demás animales: poseer él solo el sentido del bien y del mal, de lo justo y lo injusto (*Pol.*1252b10-11).

En este pasaje encontramos las claves que dan lugar a la paradoja aristotélica:

En primer lugar, los animales tienen voz, y la voz se emplea con dos finalidades: la primera es expresar sentimientos de placer y dolor, y la segunda, indicar esos sentimientos a otros animales. Ambas funciones serán claves en mi exposición.

En segundo lugar, el hombre tiene *lógos*, esto es, razón, entendida en este texto de la *Política* como un sentido de lo justo y lo injusto que se expresa mediante la palabra. Esta definición del ser humano como animal con *lógos*, con palabra y razón, dará lugar a fecundas tradiciones filosóficas. Por un lado, la hermenéutica defenderá que la razón tiene una naturaleza propiamente lingüística (Gadamer, 2001). Por otro, la ética discursiva afirmará que la palabra tiene una estructura racional, al presuponer en su expresión unas condiciones de validez (Apel, 1985).

El tercer elemento es que el hombre para Aristóteles no deja de ser un animal, solo que es un animal que tiene palabra. Pero, como se señala en el texto citado, el hombre también tiene voz, al igual que los animales. Por lo tanto, Aristóteles viene a reconocer que la expresión de sentimientos con un fin gregario no le es del todo ajena al hombre. Es decir, lo que hace propiamente humano al hombre es que tiene palabra. Sin embargo, y este es el punto clave de mi argumentación aquí, debemos deducir de lo dicho por Aristóteles que, si las condiciones del uso de la palabra se resquebrajan, el hombre pasará a emitir una voz y caerá en la animalidad. Entonces, la pregunta que surge es: ¿cuáles son las condiciones propias de ejercicio de la palabra

y cómo pueden romperse? Esto nos conecta con el cuarto elemento.

El cuarto punto es que la palabra se emplea para expresar un sentido sobre lo justo y lo injusto mediante juicios. Esto es, la palabra se emplea en un contexto social y tiene como fin en el foro público regir la convivencia entre los sujetos en torno a un sentido de lo justo, compartido a través del diálogo. Esta tesis será fundamentada siglos después por la teoría deliberativa de la democracia: la política se articula en torno a un proceso de diálogo en el que las personas emplean la palabra para expresar juicios guiados por una búsqueda de bien común y llegar a un acuerdo (Cohen, 1986). Así pues, como acertadamente afirma Adela Cortina (2021), la palabra cobra sentido en un contexto de diálogo y, por tanto, presupone unas condiciones determinadas: la simetría de los interlocutores (Apel, 1985), así como unas condiciones de validez: las de inteligibilidad, verdad, justicia y veracidad (Habermas, 1991). A estas condiciones Cortina (2007) añadirá con su *ethica cordis* el reconocimiento cordial del otro en el diálogo. Sin aceptar estas condiciones en el uso de la palabra, el diálogo, y, por tanto, el acuerdo en torno a lo justo y lo injusto, es imposible.

Ahora bien, la paradoja surge precisamente en este último punto: la dimensión social de la palabra. No es casual que Aristóteles asigne a la palabra el fin de manifestar el juicio sobre lo justo y lo injusto y, de esta manera, la palabra sea la argamasa de la convivencia política. Por lo tanto, la palabra funciona como tal cuando se emplea de acuerdo a ese fin: expresar juicios sobre lo justo y lo injusto en un contexto dialógico en el que se reconoce al otro como igual. De esta manera, en el entramado aristotélico la palabra no se entiende de un modo puramente descriptivo, sino normativo. La palabra debe usarse para cumplir el fin que le es dado. Pero, si esta interpretación es correcta, debemos deducir que cuando esta finalidad se rompe, la palabra deja de funcionar como tal y, en consecuencia, se convierte en una voz, aunque aparentemente funcione como palabra y permita cierta inteligibilidad.

La quiebra de las condiciones que hacen posible la palabra tiene lugar en el contexto social. Aristóteles era consciente de las implicaciones que tenía la palabra en los diferentes contextos comunicativos. Así, por ejemplo, distingue entre la retórica deliberativa, judicial y la epidíctica (Aristóteles, 2000b, 1358b10-25). Del mismo modo, es importante señalar que Aristóteles otorga una enorme importancia a la búsqueda de la reputación en el contexto social (Aristóteles, 2000b, 1371a10). En todo caso, el estagirita presupone un uso ético de la

retórica, dirigido al convencimiento, no al lucimiento del orador (Aristóteles, 2000b, 1404a5) ni a la manipulación (Arenas Dolz y Pérez Zafrilla, 2010)¹.

Esta orientación de la retórica aristotélica al convencimiento mediante la palabra empleada con un fin normativo, así como su consideración del lucimiento del orador como un componente accesorio, hicieron que el estagirita no tuviera en cuenta la existencia de contextos comunicativos caracterizados propiamente por la quiebra de las condiciones de la comunicación y en los que el fin mismo de la comunicación sea mantener el estatus social. Esta es una situación reflejada en el experimento de la conformidad de Asch y que, en la actualidad, con la proliferación de las redes sociales, cuenta con múltiples ejemplos, como el exhibicionismo moral, los linchamientos virtuales, o las retóricas incendiarias (Pérez Zafrilla, 2021). La paradoja aristotélica se produce cuando estos contextos pragmáticos invaden (o incluso monopolizan) el debate público. Cuando esto sucede, como decía antes, la palabra ya no tiene como fin el convencimiento del interlocutor para llegar al acuerdo racional, sino su acallamiento, su exclusión del debate o simplemente la demostración de una superioridad moral que establezca una asimetría entre los hablantes. En estas situaciones, la palabra pronunciada, aunque puede mantener una cierta inteligibilidad para articular un discurso, no hace sino enmascarar una voz impulsada por la tendencia evolutiva de la búsqueda de estatus (Malo, 2021), que rompe el debate público y lleva la vida política al desastre. Dicho de otro modo, el mismo contexto político, en el que la palabra realiza su fin dado, también puede generar las condiciones que transformen la palabra en voz, reduciendo al hombre a su animalidad presa de sus tendencias evolutivas.

Para comprender cómo se produce la paradoja aristotélica conviene analizar los elementos que definen los discursos de odio, ya que sus rasgos los podremos encontrar, en mayor o menor medida, en otras formas comunicativas que proliferan en la actualidad y que impiden desarrollar el debate público de un modo civilizado.

¹ La tensión entre el fin con que se utiliza la retórica (el convencimiento o la manipulación) y el modo como esta se emplea (los contenidos expresados y las emociones provocadas) ha generado una discusión sobre la buena y la mala retórica, que puede remontarse a Platón (2000, 502e-503a). Concretamente, respecto a los contenidos expresados, discursos como la segunda de las *Filípicas* de Cicerón ejemplifican cómo, en determinados contextos, el discurso político puede incluir el uso de la invectiva contra los adversarios, algo que el propio Aristóteles reprochaba (Aristóteles, 2000b, 1418a25).

2. LOS DISCURSOS DE ODIO

La aproximación a los discursos de odio resulta problemática, ya que no hay un acuerdo ni siquiera sobre la definición de discurso de odio. Está en discusión si el discurso de odio debe reducirse a la incitación a una violencia real e inminente contra los miembros de un grupo (Alcácer Guirao, 2012) o si debe incluir también las manifestaciones agresivas que buscan menospreciar y denigrar a esos grupos (Miró Llinars, 2016). En lo que parece haber mayor consenso es en que el bien jurídico a proteger es la dignidad de la persona y no solo su vida (Valiente Martínez, 2020). Pero esto obliga a incluir como discurso de odio las muestras denigrantes y ofensivas sobre un colectivo, lo cual abre el debate sobre la relación entre discurso de odio, libertad de expresión y libertad artística.

Todo ello muestra que la propia definición y el alcance de qué se considera discurso de odio resulta un tema complejo y difícil de resolver. Por ese motivo, creo más útil delimitar unos rasgos generales que caracterizan el discurso de odio. Estos rasgos nos permitirán detectar expresiones de odio en distintas formas comunicativas en el marco del debate político. De los siguientes rasgos, cinco son señalados por Adela Cortina (2017), y a ellos añado un sexto extraído de Aristóteles:

El primer elemento es que el discurso de odio no se dirige contra un individuo como tal, sino en tanto que perteneciente a un colectivo hacia el que se siente el odio y se considera inferior en dignidad.

El segundo es la atribución a ese colectivo de actos y características que son perjudiciales para la sociedad. Estos relatos conforman prejuicios extendidos entre la sociedad y tienen el objetivo de generar el rechazo irreflexivo de la población hacia los miembros del colectivo atacado, al percibirlos como una amenaza.

Tercero, derivado del anterior, el discurso de odio busca promover en la sociedad actos de desprecio y rechazo hacia las víctimas del discurso del odio.

Cuarto: el discurso de odio pretende establecer una desigualdad estructural entre la víctima y el resto de la sociedad. Con ello, el discurso de odio viola la condición de simetría que requiere el debate público, como señala la ética discursiva.

Quinto: el discurso de odio es monológico y expresivo. No busca argumentar ni llegar a un acuerdo racional con el otro, sino expresar e incitar sentimientos de desprecio hacia la víctima.

Un sexto y último rasgo, extraído de Aristóteles, es que, el discurso de odio no busca meramente causar un dolor en el otro, sino anularlo, que no exista (Aristóteles, 2000b, 1382a10). Este supuesto sería

consecuencia del anterior, ya que quien no reconoce al otro como un interlocutor válido y se niega a entrar con él en una relación simétrica de diálogo, lo está excluyendo de facto de la vida política. Es decir, trata al otro no como un sujeto, sino como un objeto, blanco de estigmatización y desprecio. De esta forma, el discurso de odio supone un ataque directo al pluralismo de la sociedad, entendido en un sentido amplio (racial, cultural, religioso, de sexo, género, ideológico). En este sentido, el discurso del odio es una amenaza para la democracia, concebida precisamente como el marco de convivencia pacífica entre distintos (Cortina, 2017).

Estos rasgos que definen los discursos de odio podemos encontrarlos, en mayor o menor medida, en diversas formas comunicativas que proliferan en el debate público. Pero para analizar adecuadamente estas retóricas primero debemos comprender los elementos que caracterizan el debate público en el momento actual y más concretamente el debate político. A ello dedicaré la siguiente sección.

3. CLAVES HERMENÉUTICAS DEL DEBATE PÚBLICO ACTUAL

El debate público actual es el resultado de la conjugación de diversos factores de carácter político, mediático y comunicativo. Todos ellos articulan un contexto social tribalista, propicio para que emerjan ciertos sesgos heredados de la evolución. En esta sección desgranaré los aspectos políticos y mediáticos que configuran el actual debate público, así como las tendencias tribales que ese contexto activa en los sujetos.

3.1. Escenario político

El primer elemento a tener en cuenta es el *êthos* de la vida política que impera en las sociedades tras la aparición del populismo. Como afirman Levitsky y Ziblato (2018) la política democrática requiere de la existencia de un clima de tolerancia mutua: que los rivales se reconozcan mutuamente como adversarios legítimos. Es decir, los rivales se reconocen como personas decentes que quieren el bien común, aunque discrepan en los proyectos que hacen ese bien posible. Por ese motivo, los sujetos políticos respetan las normas de juego democráticas y se reconocen mutuamente con el mismo derecho a competir por el poder y a gobernar. Efectivamente, la democracia solo puede funcionar cuando los ciudadanos, y sobre todo los políticos, se reconocen como adversarios legítimos que deben forjar la vida en común. En este caso, reina en el espacio

público el diálogo, el consenso en temas esenciales y la moderación en las formas.

Pero la emergencia del populismo en los últimos años ha impuesto una lógica política diferente. El populismo rompe con la idea de pueblo como conjunto de ciudadanos iguales que configuran la nación política y escinde el *dêmos* en una diada antagónica: el pueblo frente a la élite. El pueblo se articula en torno a unas demandas que, por irrealistas, no pueden ser satisfechas por el sistema. Pero justamente por no ser satisfechas por el sistema, esas demandas se convierten en universales, en un símbolo que aúna en torno a sí a demandas de diferentes sectores sociales más particulares. Así, el pueblo es el conjunto de ciudadanos que no ven satisfechas sus demandas. Frente al pueblo está la élite, que se compondrá por aquellos sectores que (por malicia) impiden la realización de esas demandas (Laclau, 2016). En todo caso, pueblo y élite son, en la terminología populista, significantes vacíos, que cada persona llena a conveniencia para poder sentirse incluida en el pueblo, mientras se imagina a unos otros (la élite) como excluidos del pueblo al ser los que impiden realizar las demandas del pueblo.

Así, el populismo, como fiel heredero del esquema schmittiano del amigo/enemigo, hace que la inclusión en el pueblo se haga sobre la exclusión de un otro. Es decir, la vida política no se basa en el diálogo, sino en un antagonismo insalvable con el oponente. Este es el punto clave, que tendrá unas consecuencias devastadoras para la política. El populismo introduce una lógica política que transforma al otro en enemigo. Esto se explica porque el populismo solo busca gestionar la insatisfacción, no ofrecer soluciones reales a los problemas de la sociedad (Mounk, 2018). Por esa razón, la estrategia populista es mantener a la sociedad dividida y polarizada en un antagonismo visceral. Ese antagonismo, savia del populismo, se fomenta poniendo en la agenda política temas simbólicos e irresolubles que dividan a la sociedad y empleando una retórica estigmatizante que convierta al otro en alguien amenazante para convivencia democrática.

La consecuencia de esta lógica es que cuando los políticos se ven como enemigos, se rompe la confianza mutua, se achican los espacios de consenso y se radicalizan las posiciones. Todo ello desencadena una dinámica en la que se convierten en comunes prácticas hasta entonces marginales: la deslegitimación del oponente, el filibusterismo político, la retórica incendiaria y la tolerancia con la violencia política. El resultado es un escenario político que ya no se basa en el diálogo entre dife-

rentes, sino en la lucha antagónica entre enemigos que buscan la exclusión mutua del espacio público (Brennan, 2018). Como señalé en la sección anterior, esta búsqueda de la exclusión del otro es un elemento característico del fenómeno del odio. Por ese motivo, las retóricas de odio serán una constante en este escenario político surgido con el populismo.

Un segundo ingrediente que configura la política actual lo representa la posdemocracia, derivada de la globalización (Couch, 2003). Hoy en día la política democrática ya no consiste en resolver problemas desde marcos ideológicos concretos votados en las urnas. En la actual constelación posnacional (Habermas, 2000) los problemas políticos trascienden con creces la dimensión nacional y solo pueden tener soluciones globales (Cortina, 2021). De ahí que surjan organismos políticos supranacionales (la OMS, el FMI, o la Unión Europea) con funciones legislativas para abordar esos problemas. Además, aparecen nuevos actores económicos transnacionales (como las multinacionales, las agencias de deuda o, más recientemente, las grandes tecnológicas) que influyen también sobre la política nacional de los Estados. Todo ello hace que el margen de acción de los políticos sea escaso. Muchas decisiones políticas ya no se toman en los parlamentos nacionales elegidos en las urnas, sino desde organismos tecnocráticos o por influencia de grandes empresas (Couch, 2003).

Esta situación de vaciamiento de la democracia arroja consecuencias claras sobre el debate político. La política ya no puede versar sobre la solución de problemas compartidos mediante el diálogo y el acuerdo, pues los principales problemas exceden el ámbito de acción de los políticos. Ahora la vida política consiste en discutir sobre problemas y sobre qué temas se puede o no discutir, no en buscar soluciones a los mismos mediante el acuerdo entre diferentes (Innerarity, 2015). Como se señala desde la neuropolítica (Lakoff, 2007), la pugna política se reduce a una batalla de enmarcados. Se lucha por poner ciertos temas en la agenda y por discutir acerca de ellos desde unos conceptos que funcionan a modo de metáforas. Estas metáforas crean marcos narrativos para la interpretación de los hechos y las acciones de los políticos (Ruiz, 2019). Suelen ser marcos dicotómicos en los que el propio grupo encarna el bien y la lucha por un orden social justo, mientras que el oponente, al defender un modelo de sociedad distinto, representa un peligro para la sociedad y está guiado por la maldad. Los marcos narrativos, con sus metáforas, al imponerse, activan las sinapsis cerebrales y conectan los conceptos con sentimientos de adhesión o rechazo. Esto provoca

en la ciudadanía la adhesión inconsciente a las tesis de quien impone el marco, así como el rechazo irreflexivo a los adversarios (Lakoff, 2007).

Esta reducción del debate político al monopolio de la agenda política persigue un doble objetivo: el primero, ocultar la incapacidad de los políticos para resolver problemas más profundos, que quedan sepultados en el debate público. El segundo objetivo de los partidos es monopolizar la agenda con temas sobre los que se propone un relato que se trata de convertir en hegemónico, haciendo pasar sus posiciones como las mayoritarias de la sociedad. De esta forma se fuerza al adversario a asumir esa imposición de la agenda y ese lenguaje que conceptualiza los problemas de un modo concreto. Con ello se articula una política en la que solo cabe ganar o perder. Solo uno puede imponer su agenda y su marco mental, excluyendo al otro. Los perdedores en esa batalla, al aceptar el lenguaje del ganador, adoptan también su marco, de tal forma que la batalla está perdida de antemano (Lakoff, 2007). Es, por tanto, una política guiada por la razón estratégica, no por la razón comunicativa y en la que imperarán unas retóricas expresivas que después analizaré. Así, la posdemocracia ha provocado la consagración de la lógica populista.

3.2. Escenario mediático

En este nuevo escenario político juegan también un papel clave los medios de comunicación. Aunque los medios tienen como meta contar la verdad y formar una opinión pública madura de ciudadanos informados, esa no es una tarea fácil (Herreras, 2021). Como ya señaló Lippmann (2003), los medios no cuentan la realidad, sino una versión simplificada de la misma, que necesariamente está distorsionada. A esta característica de los medios se unen en la actualidad dos circunstancias problemáticas: una es la necesidad de los medios de llegar al gran público. Para lograr este objetivo, los medios no se centran en analizar y explicar las cuestiones centrales de los problemas políticos, sino en las anécdotas, la bronca y el enfrentamiento, elementos que atraen la atención de un mayor número de personas (Herreras, 2021). La segunda circunstancia es que los medios sucumben al alineamiento ideológico con determinados partidos, ya que la prensa es conocedora de que las personas procesan la información política de forma sesgada. Es decir, las personas no se informan sobre política para conocer la realidad, sino para encontrar noticias que refuercen sus ideas políticas y desacrediten las de los adversarios (Brennan, 2018).

Ambos elementos, el centrarse en lo anecdótico

y el someter la línea editorial (y los contenidos) a lo que los partidos y la audiencia afines desean escuchar (en lugar de abordar los asuntos de un modo profundo), crean la plataforma idónea para la actual espectacularización de la política descrita por Enrique Herreras (2021):

Dada la escasa capacidad de acción de los políticos, sus intervenciones se dirigen a dramatizar enfrentamientos parlamentarios sobre asuntos menores con el objetivo de polarizar la sociedad y atraer a los votantes afines fomentando el rechazo atávico al adversario². Además, como señala Herreras (2021), en un entorno mediático donde abundan el tono pugilístico y la retórica maniquea, la audiencia premia los contenidos más ofensivos y viscerales contra el adversario, mientras los periodistas más razonables o críticos con el propio partido son acusados de traidores. Prima también la asimetría de atribución de motivos: los nuestros mienten por necesidad; los otros mienten porque son malos (Herreras, 2021).

El resultado es la fragmentación de la esfera pública y la creación de silos informativos con sus respectivas agendas. Los periodistas y políticos ya no hablan al público, sino a su propia tribu, y lo harán sobre unos temas concretos y con unos contenidos dirigidos a reforzar una determinada narrativa, así como los sesgos ideológicos de una audiencia fanatizada. Esta tribalización del espacio público constituye la base de la paradoja aristotélica, como señalaré más adelante.

Así pues, en la actualidad nos encontramos en un contexto político y mediático caracterizado por la fracturación del debate público en tribus ideológicas y en el que el objetivo ya no es el diálogo con el diferente para resolver problemas comunes, sino la imposición de una agenda y el marco del debate para lograr la hegemonía y anular al otro en el espacio público, lo que en la práctica supone su expulsión.

3.3. La mente tribal

Este escenario resulta especialmente peligroso no solo por la pérdida del *êthos* democrático al que aludía antes. También porque esta situación convierte la política en el terreno propicio para que se exacerben ciertos sesgos cognitivos heredados del proceso evolutivo. A continuación, haré referencia a los más relevantes para este trabajo.

² Por ese motivo, cuando una cámara capta un saludo cordial entre oponentes, los votantes muestran su enfado en las redes, al sentirse traicionados por haber tomado en serio lo que era una simple escenificación de enfrentamiento.

El principal es el sesgo endogrupo/exogrupo, consistente en la tendencia que tenemos a formar grupos y a identificarnos fuertemente con ellos frente a los adversarios. Es una tesis compartida en la psicología evolucionista que el proceso evolutivo se desarrolló en el marco de grupos pequeños que competían por recursos. Esto hizo que primara la cooperación con los cercanos y el rechazo de los foráneos para favorecer la supervivencia dentro del grupo. Como consecuencia, los sujetos desarrollaron una evaluación positiva de los miembros de su grupo y una negativa de los de fuera. Unido a ello se desarrolló una asimetría de atribución de motivos: las agresiones de los nuestros son por amor; las de los otros, por odio (Malo, 2021).

Ahora bien, esta tendencia a formar grupos arroja importantes consecuencias: como señalan Mercier y Sperber (2017), el razonamiento no evolucionó para proporcionar un conocimiento objetivo de la realidad, sino para facilitar la supervivencia de los sujetos en entornos intersubjetivos. Es decir, el razonamiento surgió para obtener la confianza de los demás, proyectar una buena imagen sobre ellos y, con ello, mejorar el estatus en el grupo. Esta búsqueda de estatus es el punto clave aquí.

El enfoque interaccionista del razonamiento de Mercier y Sperber explica que los sujetos adopten creencias no por su correspondencia con la realidad sino por sus ventajas sociales para su estatus. En el entorno social los sujetos necesitan reconocer si los otros forman o no parte de su grupo, así como mostrar a otros su pertenencia al grupo. En las sociedades modernas, en el plano político, los grupos se conforman en torno a ideologías. La ideología consiste en un sistema de creencias y valores que configura una comprensión del orden social y político de un grupo y orienta la acción de sus miembros (Conill, 1998). Por ello, expresar una creencia compartida por un grupo ideológico identifica a la persona como miembro de ese grupo, lo que aumentará su estatus dentro de este, aunque esa creencia sea falsa. Así, en muchas ocasiones las personas adoptarán y expresarán creencias por sus ventajas sociales, sin importar su correspondencia con la realidad (Clark y Winegard, 2020). Ahora bien, expresar ciertas afirmaciones en el foro público como forma de señalar el apoyo a un grupo, o el rechazo de otro, hace que la palabra adopte una función propia de la voz, según Aristóteles: enviar señales gregarias a los afines.

El enfoque interaccionista del razonamiento explica también la existencia de otros sesgos cognitivos, como el de deseabilidad social, el de confirmación o el de razonamiento motivado. Esos sesgos no son errores de programación de nuestro

cerebro, sino estrategias evolutivas adquiridas para mantener el estatus dentro del grupo. Mediante estos sesgos el sujeto expresa creencias o interpreta los hechos de un modo que le reafirme en su pertenencia a grupos que configuran su identidad y con ella, su estatus en el grupo (Mercier y Sperber, 2017). Pero también, estos sesgos hacen a los sujetos presa fácil de todo tipo de bulos que encajan en su ideología. A este respecto, la difusión de bulos en redes sociales cumple una función adaptativa: reforzar la cohesión, coordinación y movilización de la tribu ideológica frente a los adversarios y frente a las evidencias que contradigan el relato ideológico construido (Malo, 2021).

En esta sección he presentado algunos elementos que configuran el actual panorama político y mediático tendente a la tribalización, y cómo este escenario exagera algunas de nuestras tendencias evolutivas. En la siguiente sección mostraré cómo estos factores han transformado el debate público, dando lugar a nuevas retóricas expresivas propias de un espacio público tribal y que enmascaran discursos de odio. Es en este escenario donde cobra cuerpo la paradoja aristotélica.

4. LA PARADOJA ARISTOTÉLICA EN LA ACTUALIDAD

Un espacio público que ya no se dirige a la discusión y solución de problemas sino a la teatralización de conflictos en busca de la hegemonía sobre el adversario arroja consecuencias letales sobre el debate democrático. Cuando los políticos ya no pueden resolver unos problemas que les sobrepasan, su única alternativa de acción es acentuar sus diferencias, es decir, polarizar la sociedad como forma de conseguir poder desplazando a los adversarios. Por esa razón no es casual que el actual tiempo de polarización política haya coincidido con un menor nivel de poder de acción de los políticos.

Como señala Allen Buchanan (2020), esta polarización se debe a la creación de un tribalismo intrasocietal. Si bien el sesgo endogrupo/exogrupo surgió para cohesionar al grupo frente a los foráneos, también se puede crear un tribalismo intrasocietal que haga que sujetos, que hasta entonces se consideraban miembros del mismo grupo, pasen a considerarse como enemigos y miembros de grupos diferentes. Esta división de la sociedad puede hacerse dando relevancia política a elementos que antes no la tenían, como la raza, la religión o la etnia. Pero también, el tribalismo intrasocietal puede partir de la nada, creando nuevas diferencias entre un nosotros y un ellos. Este es el caso de la ideología. La polarización política presente

en nuestras sociedades se asienta en una fuerte división ideológica fomentada desde las élites de los partidos (Buchanan, 2020)³.

El punto fundamental, señalado por Buchanan, es entender que esta división tribal de la sociedad responde a una estrategia política dirigida a dominar la agenda política (y con ella el poder), relegando al adversario a un mero espectador. A esto se puede responder que la lucha política en las sociedades de masas siempre se ha basado en la cooptación del poder por parte de unas élites, como ya señalaba la teoría elitista (Schumpeter, 1984). Pero el elemento diferencial es que hoy los grupos no compiten contraponiendo programas electorales cuyo cumplimiento pueda examinarse en las siguientes elecciones por parte de la ciudadanía concebida como egoísta racional. Hoy el conflicto político no se basa en una competencia por agregar intereses egoístas, sino en exacerbar teatralmente las diferencias con el adversario para obtener el voto manipulando emocionalmente a un electorado concebido como masa. Como señala Cortina (2013), la masa es un conjunto de sujetos anómicos, incapaces de impulsar una acción concertada. Estos sujetos, carentes de un juicio propio y guiados por impulsos emocionales, actúan como meros receptores pasivos de mensajes emotivos dirigidos por otros (Pérez Llavador, 2014). Esto hace a la masa presa fácil de la manipulación emocional que provoca en los sujetos sentimientos de adhesión a las narrativas imperantes en su cámara de eco.

Este escenario rompe por completo el debate público, dando lugar a la paradoja aristotélica:

Por un lado, los políticos, así como los medios ideologizados, ya no hablan para el conjunto de la sociedad, sino solo para sus afines, dentro de silos informativos⁴. Como señala Buchanan (2020), los políticos y periodistas alertan a su público de la amenaza que los adversarios suponen para la sociedad, provocando así su deshumanización.

El adversario, al tener valores e ideales incommensurables a los nuestros, resulta ser, o bien un estúpido que no comprende cómo es la realidad, o un malvado que, por malicia, quiere destruir la sociedad. De este modo, los discursos convierten al adversario legítimo en un enemigo con el que no se puede hablar y al que no se debe escuchar, porque no tiene sentido conversar con un estúpido o un malvado. El rechazo a pactar o incluso a hablar con el diferente es un signo de lealtad grupal. En consecuencia, el mero hecho de querer hablar con el otro es un signo de deslealtad con el propio grupo. Así, las narrativas que deshumanizan al adversario provocan su exclusión del espacio público. El resultado es una esfera pública segmentada en tribus incapaces de dialogar.

En segundo lugar, esta tribalización del espacio público hace que la estrategia política ya no sea el diálogo para resolver problemas comunes, sino la dominancia. Ante la imposibilidad de resolver los problemas, la estrategia política pasa por adoptar la lógica populista de poner en la agenda temas irresolubles que se presentan como amenazas existenciales a las que la sociedad debe responder. Con ello, ese político aparece ante la audiencia como el único capaz de manejar una situación que los oponentes no son capaces ni siquiera de reconocer (Buchanan, 2020). Además, aportará soluciones simplistas, a la par que irreales.

Ahora bien, esta estrategia no debe ser infravalorada. Para empezar porque, paradójicamente, como señalan los teóricos del populismo (Mounk, 2018) esas soluciones simplistas e irreales resultan convincentes porque son percibidas por la ciudadanía como una muestra de sinceridad y autenticidad. Además, provocan reacciones tribalistas de adhesión inconsciente a ese político y de rechazo a los adversarios (Buchanan, 2020). Porque los humanos estamos programados para reaccionar con adhesión al que nos salva de un peligro y con miedo ante una amenaza (real o imaginada). En este escenario, los otros partidos se ven condenados a adoptar el marco del debate, la agenda de problemas y el lenguaje impuesto por el ganador. Pero de esta forma, los adversarios no podrán hacer oír su voz ni sus problemas en el foro público, quedando así excluidos.

Además, la imposición de narrativas demagógicas que atentan contra la lógica de los hechos, lejos de ser un síntoma de necedad o irracionalidad, es una muestra de dominancia. Mientras la deliberación se basa en el respeto a las normas del discurso y a los hechos, las narrativas compuestas de falsedades representan actos de fuerza: son una

³ La tesis central de Buchanan es que las bases psicológicas de la moral (emociones morales, teoría de la mente y capacidad de formar intenciones conjuntas) se configuraron de forma tribal por la influencia del contexto hostil existente en el momento de formación del cerebro en la época ancestral. Pero la plasticidad cerebral permite transformar esas tendencias excluyentes desarrolladas en otras de carácter inclusivo mediante la creación de contextos sociales en los que se reconozca al otro como igual. Esta es una idea que retomaré en las conclusiones del trabajo.

⁴ Muestra de ello es que hoy los políticos solo conceden entrevistas a medios afectos. Ello es así por un doble motivo: Por un lado, porque los políticos no se quieren exponer a preguntas incómodas que cuestionen su narrativa. Por otro, porque la propia audiencia no tiene ningún interés en escuchar a políticos a los que detestan.

forma de exhibir una capacidad de aunar voluntades mediante la manipulación emocional, pasando por encima de las normas del debate democrático. Por eso esas narrativas quiebran el debate público y generan la paradoja aristotélica.

La consecuencia directa de la tribalización del espacio público es una espiral de tremendismo comunicativo que rompe las pretensiones de validez de la comunicación: En esta esfera pública tribalizada, el objetivo de ciertos periodistas, pero también de blogueros, youtubers o tuiteros políticos, no es propiamente decir verdad, ni decir cosas con pretensión de justicia, sino expresar discursos que exageren las diferencias con los adversarios. Como de lo que se trata es de crear la alarma sobre determinados temas y de presentar al adversario como un enemigo, dentro de cada silo informativo se genera una dinámica de polarización artificial: los sujetos compiten por presentar el retrato más deshumanizador del adversario, ya que eso es lo que espera la audiencia, y lo que esta premia con más seguidores, *likes* y retuits, mejorando así la reputación de los personajes más viscerales dentro de cada grupo ideológico (Pérez Zafrilla, 2021).

De esta forma, en el espacio público proliferan discursos que Andrew Spear (2020) califica sugientemente como pornografía epistémica. Al igual que la pornografía sexual excita en los sujetos sus instintos sexuales, la pornografía epistémica son formas comunicativas (videos, memes, artículos) que explotan en los sujetos los sesgos de confirmación y el de endogrupo/exogrupo mediante discursos deshumanizadores del adversario. La pornografía epistémica se compone de relatos tremendistas, plagados de falacias, como la del hombre de paja, y de clichés denigratorios. Pero la clave está en que esos discursos, como la pornografía sexual, son puramente ficcionales. Sus autores no los publican porque realmente crean en ellos (aunque de hecho los crean), sino con el objetivo de provocar en su audiencia un impacto emocional que fomente su viralización y así ganar estatus entre su público. Esto se consigue publicando contenidos inflamantes que exciten en la audiencia las emociones de indignación u odio contra los adversarios. Porque los contenidos que apelan a emociones morales como la indignación o la culpa consiguen una mayor viralización en la red (Brady, Crockett y Van Bavel, 2020).

Es decir, la pornografía epistémica no se publica con el fin de decir verdad, sino con el de ganar estatus provocando en la audiencia una percepción negativa y un rechazo visceral del adversario (Pérez Zafrilla, 2022). En ocasiones la audiencia capta in-

tuitivamente el carácter sarcástico de los mensajes y no les atribuye pretensiones de validez. Un ejemplo son los tuiteros políticos. La gente no les sigue para estar al día de la actualidad política, sino para reírse de las caricaturas que hacen del adversario. Pero en otros casos la audiencia no es consciente de que está consumiendo mera pornografía epistémica.

Dentro de esta categoría de pornografía epistémica se pueden enmascarar verdaderos discursos de odio, ya que muchos de los discursos que encontramos en la red, y que son pornografía epistémica, comparten los rasgos propios de los discursos de odio antes señalados: se dirigen contra un colectivo, hacen un retrato hiriente de la víctima, buscan la estigmatización de ese grupo ante el resto de la sociedad, no buscan argumentar sino explotar emociones viscerales de rechazo, y buscan su exclusión de la esfera pública creando una asimetría insalvable entre el odiado y el resto de la sociedad.

Por ese motivo, actualmente el fenómeno de los discursos de odio no puede analizarse aisladamente del fenómeno de la pornografía epistémica. Esto hace aún más complicado definir el discurso de odio, pues no es sencillo deslindar cuándo un discurso que promueve la división social es verdadero discurso de odio o mera pornografía epistémica. En este sentido, fomentar las virtudes de la lucidez y la cordura en el entorno mediático y digital es una tarea clave (Pérez Zafrilla, 2022). Si la actitud natural de la audiencia ante las soflamas inflamantes y de odio (incluso contra los adversarios) es el rechazo, y si no se consideran dignos de elogio (a través de *likes* y retuits) los discursos que fomentan la división en la sociedad y quiebran la amistad cívica, no cabe duda que esos discursos dejarán de tener cabida en el espacio público, con independencia de que se hagan para fomentar el odio o por mero afán de estatus.

Este tremendismo comunicativo, y la consiguiente quiebra de las pretensiones de validez de la comunicación, arroja dos consecuencias fundamentales:

La primera, sobre el terreno periodístico, es el fenómeno bautizado por Mounk (2021) como el 180ismo: el tremendismo comunicativo dentro de los silos informativos hace que cuando el adversario realiza una declaración exagerada, la respuesta deba ser igualmente exagerada. Cualquier intento de ponderar la realidad de los hechos, y no digamos ya el reconocer algo de verdad en lo dicho por el oponente para abrir un debate sereno, es percibido como una traición al grupo y comporta la pérdida de estatus dentro del silo informativo, en consonancia con lo defendido desde la psicología evolucionista

(Malo, 2021). Pero esta situación abre una espita que, como denuncia Mounk (2021), acaba con el libre pensamiento. El articulista no puede decir libremente lo que piensa sobre un tema complejo, sino aquello que muestra su lealtad al grupo. Por eso la única reacción aceptable es la antagónica a lo que dice el adversario. Pero, con ello, el 180ismo supone la rendición al adversario. Porque es el adversario el que define lo que tú puedes pensar y decir. Cualquier otra cosa que no sea defender lo contrario del oponente supondrá una pérdida de estatus en el propio grupo.

Esto muestra que es la búsqueda de estatus lo que motiva las expresiones de tremendismo comunicativo, y donde más claramente se comprueba esto es en el terreno político. Aquí aparece la segunda consecuencia del tremendismo comunicativo. Cuando la estrategia política se basa en crear alertas sobre temas irresolubles, el objetivo que se persigue es mostrar una mayor dominancia política y excluir al adversario del terreno político, al imponer la agenda, el marco y el lenguaje. Pero de esta forma, la lucha política deriva en una berrea partidaria. La berrea es una lucha incruenta de berridos con la que los ciervos machos busca emitir señales que exageren su fuerza física real y así intimidar a los oponentes, provocando su retirada y evitando con ello la lucha física por las hembras. Pues bien, siguiendo a Pablo Malo (2021), podemos interpretar el tremendismo comunicativo en un sentido similar, como una competición de señales expresivas de indignación sobre un tema con el que se busca monopolizar la agenda política, expulsando de ella a los adversarios. Con ello se consigue crear una relación asimétrica entre los grupos e imponer una hegemonía por medio de la fuerza (la manipulación emocional), no de la argumentación. Así, esta estrategia política no esconde sino una lucha por el estatus que saca a la luz nuestras tendencias tribales.

Pues bien, de esta forma se produce la paradoja aristotélica, que no es sino una animalización del lenguaje político. La fragmentación y tribalización de la esfera pública tiene como consecuencia que la palabra pierde su fin propio, que era expresar un juicio sobre lo justo y lo injusto. Dentro de cada silo la palabra pronunciada pierde las pretensiones de validez que le daban sentido en el debate público racional. En las cámaras de eco la palabra ya no se guía por una pretensión de verdad o de justicia, sino por un deseo de estatus. De ahí la tendencia al tremendismo comunicativo y la espiral de polarización artificial en la lucha de los sujetos por estatus dentro de su cámara de eco, recurriendo para ello a la excitación de emociones de indignación

y de odio al adversario. Pero en esta carrera por el estatus, la palabra ya no funciona propiamente como palabra, sino como voz. Porque su fin es emitir una señal emotiva de adhesión gregaria, y por lo tanto, supone la renuncia a tener y expresar un juicio propio, como denuncia Mounk. De modo similar, en el contexto intergrupar, la palabra pronunciada en los discursos tremendistas que deshumanizan al adversario funciona también como voz tribal, pues su objetivo es desplazar al oponente del espacio público para imponer una agenda y hacerse con el control de los recursos. De esta forma, la tribalización del debate público supone la ruptura de la discusión racional, dejar de reconocer al otro como adversario legítimo y, con ello, provocar el descenso de los sujetos a la animalidad tribal.

5. CONCLUSIÓN

Así pues, el fenómeno de los discursos de odio no puede analizarse sin atender determinadas claves políticas, mediáticas y comunicativas presentadas en este trabajo, como la lógica populista, la posdemocracia, la tribalización de la esfera pública en silos informativos, la pornografía epistémica y el tremendismo comunicativo. Estos elementos configuran un espacio público fragmentado que quiebra las condiciones de validez de la comunicación y hace emerger nuestras tendencias evolutivas.

Este escenario puede leerse en clave aristotélica, reflejando cómo la palabra, cuando pierde su fin propio, en favor de la emisión de señales gregarias para ganar estatus, degenera en voz tribal y produce la paradoja aristotélica. El modo de deshacer la paradoja aristotélica, esto es, el modo de recobrar la humanidad en el debate público, pasa por restablecer el valor de la palabra y del discurso racional restaurando un foro público compartido. Para lograr una tarea tan compleja, el primer paso para ciudadanos, políticos, periodistas e *influencers* es ético: reconocer cordialmente al otro en un plano de simetría como interlocutor válido. En ese contexto de tolerancia cívica, las tendencias tribales podrán ser reconducidas para fomentar la cooperación. De esta forma los discursos de odio no tendrán cabida en el espacio público.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcácer Guirao, Rafael (2012). "Discurso del odio y discurso político. En defensa de la libertad de los intolerantes", *Revista electrónica de ciencia penal y criminología*, 14 (2), 1-32.
- Apel, Karl Otto (1985). *La transformación de la filosofía*. II vol. Madrid: Taurus.

- Arenas Dolz, Francisco y Pérez Zafrilla, Pedro Jesús (2010). “Retórica deliberativa y racionalidad práctica. La rehabilitación de la argumentación pública en la vida política”, *Revista Española de Ciencia Política*, 22, 29-48.
- Aristóteles (2000a). *Política*. Madrid: Gredos.
- Aristóteles (2000b). *Retórica*. Madrid: Gredos.
- Brady, William, Crockett, Molly y Van Bavel, Jay (2020). “The MAD Model of Moral Contagion: The role of Motivation, Attention and Design in the spread of moralized content online”, *Perspectives on Psychological Science*, 15, 978-1010. <https://doi.org/10.1177/1745691620917336>
- Brennan, Jason (2018). *Contra la democracia*. Barcelona: Deusto.
- Buchanan, Allen (2020). *Our moral fate. Evolution and the escape from tribalism*. Cambridge: The MIT Press.
- Clarck, Cory J. y Winegard, Bo M. (2020). “Tribalism in war and peace: The nature and evolution of ideological epistemology and its significance for modern social science”, *Psychological Inquiry*, 31 (1), 1-22. <https://doi.org/10.1080/1047840x.2020.1721233>
- Cohen, Joshua (1986). “An epistemic conception of democracy”, *Ethics*, 97 (1), 26-38. <https://doi.org/10.1086/292815>
- Conill, Jesús (1998). “Ideologías políticas”, en Adela Corina (ed.). *Diez palabras clave en filosofía política*. Estella: Verbo Divino, pp. 213-258.
- Cortina, Adela (2007). *Ética de la razón cordial*. Oviedo: Nobel.
- Cortina, Adela (2013). *Para qué sirve realmente la ética*. Barcelona: Paidós.
- Cortina, Adela (2017). *Aporofobia: el rechazo al pobre*. Barcelona: Paidós.
- Cortina, Adela (2021). *Ética cosmopolita*. Barcelona: Paidós.
- Couch, Colin (2003). *Posdemocracia*. Taurus: Buenos Aires.
- Gadamer, Hans-Georg (2001). *Verdad y método*. II vol. Salamanca: Sígueme.
- Glucksmann, André (2005). *El discurso del odio*. Madrid: Taurus.
- Habermas, Jürgen (1991). *Conciencia moral y acción comunicativa*. Barcelona: Península.
- Habermas, Jürgen (2000). *La constelación posnacional. Escritos políticos*. Barcelona: Paidós.
- Herreras, Enrique (2021). *Lo que la posverdad esconde*. Barcelona: MRA.
- Innerarity, Daniel (2015). *La política en tiempos de indignación*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.
- Laclau, Ernesto (2016). *La razón populista*. México: F.C.E.
- Lakoff, George (2007). *No pienses en un elefante*. Madrid: Editorial Complutense.
- Levitsky, Steven y Ziblat, Daniel (2018). *Cómo mueren las democracias*. Barcelona: Ariel.
- Lippmann, Walter (2003). *La opinión pública*. Madrid: Langre.
- Malo, Pablo (2021). *Los peligros de la moralidad*. Barcelona: Deusto.
- Mercier, Hugo y Sperber, Dan (2017). *The enigma of reason. A new theory of human understanding*. London: Penguin Books.
- Miró Llinares, Fernando (2016). “Taxonomía de la comunicación violenta y el discurso del odio”, *IDP. Revista de internet, derecho y política*, 22, 82-107. <https://doi.org/10.7238/idp.v0i22.2975>
- Mounk, Yascha (2018). *El pueblo contra la democracia*. Barcelona: Paidós.
- Mounk, Yascha (2021). “The perils of 180ism”, *Persuasion*, 25th June. Disponible en: <https://www.persuasion.community/p/mounk-the-perils-of-180ism>. Consulta: 13 de noviembre de 2021.
- Pérez Llavor, Jordi (2014). “La no ciudadanía en la comunicación: opinión pública y propaganda”, en Hugo Aznar y Jordi Pérez Llavor (eds.). *De la democracia de masas a la democracia deliberativa*. Barcelona: Ariel, pp. 45-68.
- Pérez Zafrilla, Pedro Jesús (2021). “Polarización artificial: cómo los discursos expresivos inflaman la percepción de polarización política en internet”, *Recerca. Revista de pensament i anàlisi*, 26 (2), <https://doi.org/10.6035/recerca.4661>.
- Pérez Zafrilla, Pedro Jesús (2022). “El tribalismo digital, entre la furia y la farsa: pinchemos la burbuja de la polarización artificial en internet”, *Opinião Pública*, 28 (1), 33-61.
- Platón (2000). “Gorgias”, en *Diálogos*. Vol.II. Madrid: Gredos, pp. 23-145.
- Ruiz Collantes, Xavier (2019). *La construcción del relato político*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Schumpeter, Joseph (1984). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Barcelona: Folio.
- Spear, Andrew D. (2020). “Breaking the epistemic pornography habit: Cognitive biases, digital discourse environments and moral exemplars”. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 18 (1), 87-104. <https://doi.org/10.1108/jices-10-2019-0117>
- Valiente Martínez, Francisco (2020). *La democracia y el discurso de odio: límites constitucionales a la libertad de expresión*. Madrid: Dykinson.