

# Derecho penal *trending topic*

Una semana de comunicación  
sobre la ley y la justicia penal  
en la red social X (antes llamada Twitter)

Fernando Miró Llinares  
Jesús C. Aguerri (eds.)





DERECHO PENAL *TRENDING TOPIC*

Una semana de comunicación sobre la ley y la justicia penal  
en la red social X (antes llamada Twitter)



FERNANDO MIRÓ LLINARES  
JESÚS C. AGUERRI  
(Eds.)

**DERECHO PENAL**  
***TRENDING TOPIC***

Una semana de comunicación  
sobre la ley y la justicia penal  
en la red social X (antes llamada Twitter)

Marcial Pons

MADRID | BARCELONA | BUENOS AIRES | SÃO PAULO

2024

Este libro es parte del proyecto de I+D+I PID2021-125730OB-I00 («#FakePenal: Impacto de la tuitización de la opinión pública sobre el Derecho penal y consecuencias para el debate en torno a su democratización», IP: Fernando Miró Llinares) financiado por MCIN/ AEI/10.13039/501100011033/ y por «FEDER. Una manera de hacer Europa».

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares del «Copyright», bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamo públicos.

© Fernando Miró Llinares y Jesús C. Aguerri (eds.)

© Los autores

© MARCIAL PONS

EDICIONES JURÍDICAS Y SOCIALES, S.A.

San Sotero, 6. 28037 MADRID

 91 304 33 03

[www.marcialpons.es](http://www.marcialpons.es)

ISBN: 978-84-1381-812-2

Diseño de cubierta: ene estudio gráfico

MADRID, 2024

## NOTA PRELIMINAR

### **#SEACABÓ TWITTER, EL DERECHO PENAL AHORA ES *TRENDING TOPIC* EN X**

Hoy en día sería imposible escribir este libro sobre el debate en torno al Derecho Penal en Twitter. Pero no porque no exista una red social en la que el Derecho penal sea tendencia mucho más a menudo de lo que pudiéramos pensar. Durante los meses que pasaron entre que este libro fue escrito y fue finalmente publicado, Twitter, al menos como marca, dejó de existir. Un multimillonario lo compró y, en un movimiento indescifrable tanto para humanos como para expertos en *marketing*, decidió cambiarle el nombre a X. Pero los cambios en el *branding* de la red—anteriormente—conocida—como—Twitter no han sido los únicos que el nuevo propietario y CEO, Elon Musk, ha implementado en los últimos meses. Las normas de Twitter se han reducido a apenas unos párrafos, los empleados de Twitter se han reducido a apenas unas decenas —ya que casi toda la plantilla fue despedida—, ha desaparecido la política de identificación de cuentas de personajes relevantes o instituciones, ha aparecido una política de monetización basada en pagar por ser una cuenta verificada y que tus publicaciones se vean beneficiadas por el algoritmo de Twitter (el cual se ha hecho público, al César lo que es del César) y ahora *se cobra por tuitear*, siempre y cuando hayas pagado por la verificación y consigas que tus tu...*posts* (ya no existen los tuits) generen impacto y respuestas de los usuarios. La lista de cambios podría continuar, pero merece la pena detenerse en esta última medida dado que, al suponer un incentivo monetario directo para que los usuarios de la red social traten de tener más impacto y generar más respuestas con sus publicaciones, que, además, se produce en un contexto de reducción de las restricciones en la red, podría estar generando muy diversos efectos en la difusión de ciertos discursos. Piénsese que ahora, por ejemplo, puedo ganar directamente dinero de Twitter si consigo viralizar una información falsa, o que es

posible monetizar el odio si se consigue involucrar a un número suficiente de usuarios. Sería enormemente interesante y necesario analizar este nuevo contexto; sin embargo, esto ya no es posible, al menos del modo en el que lo hicimos en esta obra. La razón es que otro de los cambios implementado por el nuevo CEO ha sido el fin del acceso gratuito a los datos de la red social, de modo que ahora mismo, incluso si quiere acceder a los datos con fines académicos, debe pagarse una inasumible cantidad de dinero. Así que este libro sería hoy doblemente imposible, no solo porque ya no exista Twitter, sino también porque para poder pagar por los datos que le sirven como base a la red social que ahora se llama X, haría falta, aproximadamente, ser el heredero de una mina de esmeraldas en Sudáfrica.

Todo lo anterior sirve para explicar que, si bien todos los libros son de algún modo únicos, este es, además, irreplicable. La investigación que se realiza en el mismo y que analiza cómo se discute sobre Derecho penal en las redes sociales ya no se puede realizar del modo en el que la hicimos. El presente trabajo aborda la semana en la que el Derecho penal fue más *trending topic* que nunca. Del 11 al 17 de noviembre de 2022 el Derecho penal se colocó doce veces entre las veinte principales tendencias en Twitter en España. No era la primera vez que pasaba. Ya anteriormente otros términos habían sido tendencia durante *el procés*, las protestas en Cataluña o en el caso de #lamanada, uno de los ejemplos más evidentes de cómo la red se empezó a llenar de improperios, y también debates, sobre la ley penal y su aplicación. La constatación de que el Derecho penal se comunicaba en un nuevo entorno había llevado a un grupo de investigadores a diseñar un proyecto, que denominamos #FakePenal, en el que analizábamos cómo el nuevo ecosistema mediático de las redes sociales estaba afectando a la forma en la que se discute sobre las leyes penales y, de ahí, a cómo se configuran las mismas o a cómo las mismas son aplicadas por los propios jueces. Por un lado, sabemos que muchas evidencias apuntan a que las redes podrían estar aumentando la polarización afectiva y que la desinformación y la simplificación de los temas es característica de este nuevo entorno. Por otro lado, también sabemos que los medios de comunicación tradicionales tampoco es que hayan sido generalmente muy neutros a la hora de hablar del Derecho penal y del crimen, y que siempre han desempeñado un papel en aquello que, de forma algo simplista en ocasiones, se ha venido en denominar populismo punitivo. Las preguntas que nos estamos haciendo en el proyecto se refieren, pues, al impacto que tendrán las redes sociales en la forma en la que se configura la opinión pública sobre el crimen y la respuesta al mismo. Y, claro, la semana en la que #rebelión, #sedición, #solosíessí y #jueces, entre otros términos que tenían que ver con la ley penal y su aplicación, fueron tendencia, decidimos ponernos a trabajar. El objetivo, y es el de esta obra que tienen ahora entre sus manos, era el de ver cómo las redes reflejaban las discusiones sobre estos temas y reflexionar sobre

ello. No sabíamos que al recopilar y analizar millones de tuits estábamos haciendo algo que ya no podríamos hacer. Lo que sí intuíamos, y eso que Twitter ya no existe, es que no sería esa la última vez que el Derecho penal sería tendencia.

El 20 de agosto de 2023 la selección española de fútbol se proclamó campeona del mundo en el mundial femenino, pero días después solo se hablaba de Luis Rubiales y su impresentable actuación durante la entrega de trofeos que, además de su posterior dimisión, ha dado lugar a un juicio por agresión sexual que está siendo enjuiciado en estos momentos. Durante esos días #seacabó se convirtió en el #metoo español, y sirvió para denunciar abusos y agresiones sufridas por mujeres en múltiples ámbitos. En X, incluso, se denunciaron hechos concretos constitutivos de delito de agresión sexual, al igual que sucedió en Francia un año antes cuando en un programa de televisión la autora de un libro denunció los abusos de su padre a su hermano pequeño y una oleada de denuncias de victimización por incesto llenó las redes bajo el lema #metooinceste. Estas semanas mientras finalizamos esta nota el término penal #amnistía es *trending topic*. Twitter se llama ahora X, pero la ley penal y su aplicación e interpretación seguirá llenando las redes sociales, también Whatsapp e incluso Instagram y Tik Tok. Tenemos que acercarnos a comprender qué está pasando y qué efectos tendrá. Y creemos que este libro puede servir para ello. Si no es tendencia esperamos, al menos, que nos haga pensar.

Fernando Miró Llinares y Jesús C. Aguerri  
Octubre de 2023



**PRÓLOGO**

**SOBRE LAS MALDADES Y LAS BONDADES  
DEL DEBATE PENAL EN X.  
AL HILO DE MI EXPERIENCIA PERSONAL**

Juan Antonio LASCURAÍN  
*Universidad Autónoma de Madrid*

Hace un par de años decidí incorporarme activamente a Twitter, en busca de mis alumnos, cual Mahoma al que no viene la montaña. Como nuestros estudiantes leen cada vez menos textos jurídicos, me propuse —además, claro, de tratar de estimular su curiosidad por la letra escrita más seria y sesuda— acercarme a los formatos que sí parecen dispuestos a leer. De ahí que también comenzara a colaborar asiduamente con un blog jurídico (*Almacén de Derecho*).

A esta inquietud pedagógica se le sumaron pronto nuevos alicientes. Resultaba que mis brevísimas reflexiones penales eran leídas y en ocasiones comentadas por colegas, jueces, fiscales y abogados. Esto me ofrecía una oportunidad tanto, siquiera modestamente, de ser influyente en la difusión de las ideas en las que creía, como de repensar las cosas y de aprender de otros juristas. Naturalmente que siempre he sido consciente de que los 280 caracteres de un tuit no casan en absoluto con la complejidad de las reflexiones acerca de cómo es y de cómo deber ser el Derecho, incluso aunque esa extensión pueda razonablemente multiplicarse por diez a través de un hilo. Pero, como subraya Fernando Miró, «las señales de humo siempre fueron usadas por las tribus indias para comunicar la existencia de peligros del máximo nivel e inminencia» y todos los que nos dedicamos a la investigación jurídica hemos experimentado cómo comentarios escuetos de colegas se han convertido en el *nudge* necesario activador de sesteadoras neuronas o en la clave para sospechar que nuestras tesis chirrían. El hilo de Clara Serra

que recoge y sobre cuya repercusión reflexiona Paz Lloria me parece un excelente ejemplo de cómo puede ser muy útil para la deliberación un paso raudo por la que Jesús Aguerri denomina «ágora pública». Para más ejemplos de aportaciones sabias aunque breves al debate penal, visiten la cuenta de Jacobo Dopico (@JUc3m), que es merecidamente la *tuitstar* de los penalistas académicos.

Y volviendo a la señales de humo, a la ambición de influencia y a la pedagogía: X, y antes Twitter, no se mueve al margen y en paralelo a los medios de comunicación tradicionales, sino que entre ambas vías de información y opinión hay puentes, y a veces imbricaciones y sinergias, «una relación particularmente intensa» (José Manuel Paredes) que hace, en lo que ahora me importa y por volver a mi propia experiencia, que el hilo sobre lo torpe o lo injusta que es una reforma penal en curso (por ejemplo, la de los delitos sexuales) llame la atención de un periodista que decide reflexionar más a fondo sobre la cuestión o invitar a un especialista a escribir una tribuna en su medio. Con Fernando Miró: las controversias que se generan en X «no solo tienen un impacto directo en aquellos que usan esta plataforma sino que se trasladan también a unos medios de comunicación tradicionales que han cambiado significativamente su forma de transmitir y comunicar y se nutren de los debates que acontecen en esta red social».

Lo bueno del debate penal en X y de la experiencia de intervenir en él no me han impedido darme cuenta de sus inconvenientes. No soy tan ingenuo y, si lo fuera, estaría ahora este libro para abrirme los ojos, porque los detecta, los ordena y los expone muy bien. Vaya por delante que llueve sobre mojado. Siempre nos ha resultado perturbadora a los penalistas la manera en la que los medios de comunicación informan y valoran los delitos y la relación nociva que ello tiene con cierto modo irrazonable (injusto) de interpretar y de generar las normas penales. Con esta reflexión inicia Paz Lloria su contribución a este libro: «La influencia de los medios de comunicación clásicos en el incremento de la expansión del Derecho penal se ha convertido en un clásico en la materia».

Ciertamente X es un medio de comunicación que no favorece un debate serio, informado, deliberativo, sobre cuestiones de interés público. Más bien parece diseñado para obstaculizarlo, con sus rasgos de posible anonimato, necesaria brevedad y reconducción algorítmica del debate hacia los intervinientes afines. Para el discurso democrático no son precisamente positivos los tres sustantivos que Fernando Miró recoge de Ott como característicos del debate público en Twitter: la simplicidad, la impulsividad y la incivilidad.

La simplificación del diálogo obedece a la sencilla razón de que no se puede utilizar durante mucho tiempo el uso de la palabra. X intensifica la mecánica de un popular programa televisivo de debate en el que el micrófono se le caía literalmente al tertuliano a los cincuenta y

nueve segundos de su intervención («59 segundos», se llamaba). Esta brevedad en el mensaje se opone radicalmente a la sutileza de los debates jurídicos, como tan bien exponen en este libro las contribuciones de Juan Luis Fuentes sobre la entrada en prisión de Griñán, de Fernando Guanarteme Sánchez sobre las sentencias de La Manada y de Daniel Rodríguez Horcajo sobre el alcance de la retroactividad favorable en los delitos sexuales, confrontando en cada caso la complejidad del asunto jurídico con su extremadamente simple traslación a Twitter o ahora a X.

Esta dificultad caracteriza desde luego mi propia andadura tuitera. En el día de hoy, que es el de Madrid, 15 de mayo de 2023, he dedicado un buen y difícil rato a construir un hilo de seis tuits sobre la razón de la retroactividad penal favorable y por qué pienso que, salvo interpretación reductiva, es inconstitucional la famosa disposición transitoria que niega tal retroactividad cuando la pena impuesta sigue siendo legal. Por cierto, que el hilo permite cierta expansión, también muy limitada, de informaciones y argumentos, pero a su vez se opone a la apresuración con la que la mayoría acude a este peculiar foro: las visualizaciones de los mensajes se reducen exponencialmente según va avanzando el hilo.

La pregunta es, claro, si la brevedad del debate, que facilita la participación, no estará en realidad ocultando el debate.

La simplificación del debate alienta el segundo rasgo del debate público en X, la polarización, el partisanismo. Como no hay mucho margen para sutilezas y jerigonzas, lo fácil es ponerse la camiseta política e ideológica y argumentar con ella. Frente al diálogo en torno a la coherencia de una norma o de su interpretación o a sus consecuencias en términos de valores constitucionales, lo sencillo es tratar de ser conclusivo con un adjetivo, a veces arrojadizo, que responda a la idea de que la debatida no es una idea propia del grupo al que me adscribo: que es o no es «progresista», o que es «feminista» o lo es en exceso, o que es «indepe» o deja de serlo. El libro ilustra cómo este efecto de polarización es favorecido por el propio mecanismo de la red, «un canal ecológicamente propicio para que se produzca» (José Manuel Paredes), en el que la emotividad propicia fenómenos de «polarización afectiva» (Mario Santisteban) y en el que la identificación resulta reforzada con la reconducción algorítmica de las intervenciones hacia las filas amigas (Abraham Devís). Lejos de transitar puentes, los tuiteros nos vemos inclinados a hablar con los nuestros y reforzar nuestras posiciones.

El partisanismo es sobre todo partisanismo político y hace que los debates jurídicos que importen sean los que tienen detrás una pugna política partidaria. Lo que importa de la reforma de los delitos sexuales o de su aplicación retroactiva no es su mayor o menor justicia (su eficacia en la protección de la libertad sexual y su respeto de los principios penales) sino lo que perjudica o favorece a los partidos que la promocio-

nan o que se oponen a ella. José Antonio Ramos muestra cómo en ese debate sobre la aplicación retroactiva favorable de la primera reforma de los delitos sexuales la palabra relevante («retroactividad») apenas aparecía y cómo el derrotero de Twitter fue la dicotomía a favor o en contra de la ministra Irene Montero. Un fenómeno similar muestra el estudio de José Manuel Paredes en relación con el delito de sedición: «la discusión acerca de la justificación o carencia de justificación de la propuesta de reformarlo quedó orillada por completo».

De lo jurídico a lo político, y en lo político, el frentismo emotivizado: no es de extrañar que sea frecuente que la discusión se adorne con la exageración de datos y argumentos e incluso con la falsedad, quizás «raramente con *fake news* radicales» y sí con «medias verdades que se simplifican y extreman, haciendo que el debate final esté ya completamente desvinculado de la realidad» (Daniel Rodríguez Horcajo). Fernando Guanarteme Sánchez señala cómo para esa pugna política partidaria puede no repararse en mentiras y recurrirse a «las estrategias de comunicación totalitarias de acceso y mantenimiento en el poder»: «falsificación de la verdad, apelación a emociones y señalamiento y descalificación de la disidencia». Resulta significativo, por ejemplo, que Mario Santisteban constata expresiones de comunicación violenta en su estudio sobre el debate en Twitter en torno a un tema relativamente técnico y objetivable como es el papel del Consejo General del Poder Judicial en la reforma de los delitos sexuales.

Las controversias jurídicopenales que más importan son así las que alejan o acercan del poder a los partidos. Esa es desde luego mi percepción en cuanto a la atención que suscitan mis comentarios, con alguna excepción: mi debate estrella se refirió a la constitucionalidad y conveniencia de la prisión permanente revisable, que es un tema cada vez más políticamente neutro en cuanto que —lamentablemente— las principales fuerzas políticas han ido convergiendo hacia la aceptación de tan radical forma de penar.

Creo que la incivilidad como rasgo proviene básicamente de la polarización política y del anonimato que posibilita Twitter. Mi tránsito al respecto por este foro es afortunadamente bastante pacífico y deseo subrayar esta botella casi llena. Los insultos y exabruptos han sido muy excepcionales. Alguno en relación con mi posición crítica con la prisión permanente revisable y unos cuantos porque se me ocurrió recordar que el Tribunal Constitucional considera que es peor la discriminación por sexo hacia las mujeres que hacia los hombres y que me parecía — sé que discutiblemente — que debería darse un paso más en esta línea e interpretarse que lo segundo no es en rigor discriminación, que sería una categoría para colectivos tradicionalmente preteridos, sino mera desigualación.

La cuestión es la de qué debemos hacer los académicos y, en general, los especialistas en Derecho Penal. Si el de X es, como otros

similares, un foro donde los debates penales se simplifican en exceso, se politizan en el sentido partidario del verbo y tienden a la agresividad y al ensimismamiento, ¿tendrá razón Daniel Rodríguez Horcajo cuando, a la vista de que el debate que analiza «se ha convertido en un lodazal del que es imposible que salga nada mínimamente razonable y con utilidad futura», concluye que lo que procede es «alejar la discusión sobre las cuestiones importantes de este foro tan poco propicio y tan manipulado por unos y por otros»?

Discrepo de mi admirado compañero. A los juristas que somos investigadores universitarios nos pagan para enseñar y para investigar, para pensar con calma y profundizar en lo que enseñamos. Creo que forma también parte de nuestra responsabilidad social a partir de nuestro saber experto la de contribuir a que las normas y su aplicación sean técnicamente mejores y más justas. Y creo también que nos asomamos poco a los medios de comunicación social: porque es arriesgado, porque nos cambia el ritmo y el lenguaje, porque es laborioso, porque no nos dejan. Pero en X sí nos dejan.

Considero también, y vuelvo a mi propia vivencia, que hay muchos X y que, además del X de la pelea y de la banalización, y siquiera con las ambiciones limitadas y sobre todo con menos aspiración de influencia, está el foro respetuoso y en cierta medida fructífero con juristas y futuros juristas. Y estoy de acuerdo con Fernando Miró en que «la mejor forma de que el discurso de Twitter acabe imperando es ignorarlo, pensar que es irrelevante y no debatir con él». Mejor: no debatir *en él*. Creo que la manera de combatir la irrazonabilidad y el desconocimiento en el debate público no es huir del ciberespacio, que es a donde se ha trasladado buena parte de nuestras vidas (Jesús Aguerri), el lugar donde irremediablemente aquel debate está teniendo lugar, sino perseverar en el mismo con las dosis precisas de paciencia y estoicismo, como intento de colaborar con que la democracia sea deliberativa, como combate contra lo que Andy Borowitz denomina el triunfo y glorificación de la ignorancia: como combate contra «el misterioso desprestigio que viene cayendo desde hace décadas, en las sociedades herederas de la Ilustración, de todo lo que sea el aprendizaje de saberes sólidos y oficios prácticos, de lo bien pensado y lo bien hecho, lo que requiere paciencia y esa forma de entrega que nace de la alianza entre la racionalidad y la pasión» (Antonio Muñoz Molina<sup>1</sup>).

---

1 «La edad de la ignorancia», *El País*, 12 de noviembre de 2022.



# CAPÍTULO I

## DEL TUIT AL DERECHO PENAL

Prof. Dr. JESÚS C. AGUERRI  
*Universidad de Zaragoza*

El presente libro aborda dos ámbitos, las redes sociales y el Derecho, que, a pesar de que se yuxtaponen a menudo, tiendan a abordarse intelectualmente de forma separada. La regulación de las plataformas, la gestión de los delitos que se cometen en las redes o la materialización de la libertad de expresión y otros derechos en internet son ámbitos que no son ajenos al Derecho. Aunque quizás con menos frecuencia de la debida, desde el derecho se habla a menudo de redes sociales. Sin embargo, en las redes sociales también se habla sobre el Derecho, especialmente sobre derecho penal, su aplicación y la política que lo alumbra. Las implicaciones de estos debates sobre asuntos tan relevantes como la política criminal o el sistema de justicia penal quizás estén pasando más desapercibidos de lo debido. Paralelamente, el impacto que las redes tienen en las sociedades contemporáneas y las dinámicas comunicativas y sociales que en ellas se dan son ámbitos que han despertado el interés de numerosos investigadores y académicos; pero estos trabajos, a pesar de su evidente valor, se centran en lo que se dice en redes y en cómo se dice, no en el asunto sobre el que se está discutiendo. Con la voluntad de tender puentes entre disciplinas y de dar, al menos, unos pocos pasos hacia la mejor comprensión de los debates en redes sociales sobre el sistema de justicia penal, el presente libro se escribe desde el Derecho, pero partiendo del análisis de la discusión en redes sociales sobre asuntos jurídicos de gran trascendencia, tales como la regulación de los delitos sexuales o el papel de los jueces en la interpretación de la ley. Pero, antes de poder

pasar a desplegar estos análisis, es necesario contestar a una serie de preguntas que nos servirán tanto para dotar de contexto al presente libro, como para introducirnos en sus bases y enfoque.

## 1. ¿POR QUÉ LAS REDES SOCIALES?

Es innegable que durante las últimas décadas buena parte de nuestra vida se ha trasladado al ciberespacio<sup>1</sup>, el desarrollo de muchas ocupaciones es inimaginable hoy sin acceso a internet, actividades rutinarias como las compras se han trasladado progresivamente a la red<sup>2</sup> y el ocio parece estar digitalizándose cada día más, un proceso especialmente fuerte entre los más jóvenes<sup>3</sup>. Pero si un ámbito se ha transformado radicalmente, es el de la comunicación social<sup>4</sup>. Hoy en día todos los medios de comunicación tienen su contraparte digital, y a estos se han sumado una gran multitud de nuevos actores que nacieron ya al amparo de internet<sup>5</sup>. Pero la disrupción que internet ha supuesto para la comunicación no se limita a haber permitido la aparición de más actores que cumplen la función, o aspiran a hacerlo con mayor o menor profesionalidad, de medio de comunicación<sup>6</sup>, sino que internet también ha traído consigo la aparición y popularización de las redes sociales. El contexto digital actual se caracteriza por haber erosionado la verticalidad tradicional de la comunicación social —y del primer internet—<sup>7</sup> al introducir al usuario como actor con protagonismo en la producción y difusión del contenido presente en la red. El epítome de esta naturaleza son las redes sociales, en las que los sujetos pueden aportar y consumir contenido, volcar en ellas sus reacciones, sus opiniones y comunicarse con otros usuarios<sup>8</sup>. Estas plataformas se han convertido en el lugar en el que millones de personas, se encuentran, se relacionan entre sí, interactúan y aportan contenido o reaccionan al contenido subido a la

<sup>1</sup> LUPTON, D., *Digital Sociology*, Routledge, 2015

<sup>2</sup> LE, H. T. K., CARREL, A. L. y SHAH, H., «Impacts of online shopping on travel demand: a systematic review», *Transport Reviews*, 2021.

<sup>3</sup> TWENGE, J. M., MARTIN, G. N. y SPITZBERG, B. H. «Trends in U.S. Adolescents' Media Use, 1976–2016: The Rise of Digital Media, the Decline of TV, and the (Near) Demise of Print», *Psychology of Popular Media Culture*, núm. 8, 2019, pp. 329–345.

<sup>4</sup> CASTELLS, M., *The Rise of the Network Society*, Malden, Blackwell, 2000; CASTELLS, M., *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*, Nueva York, Wiley, 2012.

<sup>5</sup> BRULLE, R. J., CARMICHAEL, J. y JENKINS, J. C., «Shifting public opinion on climate change: an empirical assessment of factors influencing concern over climate change in the U.S., 2002–2010», *Climatic Change*, núm. 114, 2012 pp. 169–188; COOKE, N. A., «Posttruth, Truthiness, and Alternative Facts: Information Behavior and Critical Information Consumption for a New Age», *Library Quarterly*, núm. 87, 2017. pp. 211–221.

<sup>6</sup> LAZER, DAVID M. J.; BAUM, MATTHEW A.; BENKLER, YOCHAI *et al.*, «The science of fake news», *Science*, núm. 359, 2018, pp. 1094–1096.

<sup>7</sup> CASTELLS, M., *Networks of Outrage and Hope*, *op. cit.*

<sup>8</sup> CALDEVILLA DOMÍNGUEZ, D., «Impacto de las TIC y el 2.0: consecuencias para el sector de la comunicación», *Revista de Comunicación de la SEECI*, núm. 36, 2014, pp. 1–18.

red por otros. Tal es el impacto que las redes han tenido para nuestras sociedades que algunos autores afirman que estas se han convertido en el lugar donde hoy en día tiene lugar el debate público<sup>9</sup>, en una suerte de ágora en la nueva esfera pública que sería internet<sup>10</sup>.

Las redes sociales son hoy en día un canal más en el que los medios de comunicación y los periodistas difunden sus contenidos, utilizándolas para atraer tráfico a sus páginas web y también como un fin en sí mismo, ya que la popularidad en redes sociales —más seguidores, más interacciones con el contenido que se publica, etc.— es un valor monetizable, además de traducirse en que los algoritmos que rigen las redes darán mayor visibilidad a los contenidos de los medios populares, lo que se traducirá en más tráfico hacia sus webs<sup>11</sup>. Pero en las redes no solo encontramos medios de comunicación volcando su contenido, desde hace más de una década estas son, especialmente durante los periodos electorales, escenarios de la contienda política, actuando como un frente más en el que los diversos partidos despliegan sus estrategias comunicativas destinadas a mejorar su rendimiento electoral. Además, instituciones y gobernantes también han hecho de las redes uno de sus canales principales para comunicarse con los ciudadanos. Quizás el máximo exponente de esta dinámica (al menos en su faceta más esperpéntica) fue el mandato del presidente norteamericano Donald Trump, durante el que su cuenta personal de Twitter se convirtió en uno de los principales órganos de comunicación de su gobierno (una administración que acabó con una sucesión de 29 tuits publicados durante el recuento de los resultados electorales, entre los que se encontraba el célebre: «Stop The Count!»).

Por supuesto, los sujetos no juegan un papel pasivo en este nuevo contexto comunicativo. Las redes no solo permiten consumir contenido volcado por otros, también permiten aportar contenido propio y, muy especialmente redifundir y reaccionar al contenido ajeno, colaborando, por ejemplo, en que una noticia llegue a más personas o difundiendo nuestra opinión sobre las declaraciones de un representante político. Además, las redes sociales permiten que los usuarios se organicen y coordinen para, entre otras posibilidades, lanzar de forma coordinada ciertos mensajes<sup>12</sup>, una actividad para la cual tiene un gran protagonismo el *hashtag* (#), una suerte de etiqueta que vincula a todos los

---

<sup>9</sup> FILEBORN, B., «Mapping Activist Responses and Policy Advocacy for Street Harassment: Current Practice and Future Directions», *European Journal on Criminal Policy and Research*, núm. 28, 2022, pp. 97–116.

<sup>10</sup> PAPACHARISSI, Z. «The virtual sphere: The internet as a public sphere». *New Media & Society*, núm. 4, 2002, pp. 9–27.

<sup>11</sup> BEER, D., *Popular Culture and New Media: The Politics of Circulation*, Houndmills, Palgrave Macmillan, 2013.

<sup>12</sup> GRUZD, A., WELLMAN, B. y TAKHTEYEV, Y., «Imagining Twitter as an Imagined Community», *American Behavioral Scientist*, núm. 55, 2011, pp. 1294–1318.

contenidos que la poseen. Redes sociales como Twitter muestran en sus páginas principales las principales «tendencias» del momento, el listado de los *hashtags* o de las palabras que están siendo más usados por los usuarios, dotando así a estos temas de una especial visibilidad. Las tendencias (o *rending topics*) parecen haberse convertido en una suerte de lista de «principales temas del día» que trascienden las redes sociales, y suelen tener reflejo incluso en los medios tradicionales de comunicación. Esta visibilidad de las tendencias es tal que desde hace años múltiples movimientos sociales han surgido a partir de una tendencia en Twitter o, al menos, han tenido su reflejo digital en forma de *hashtag*<sup>13</sup>, tal es el caso de los conocidos internacionalmente *#OccupyWallStreet*<sup>14</sup>, *#BlackLivesMatter EEUU*<sup>15</sup> o *#MeToo*<sup>16</sup>.

## 2. ¿POR QUÉ TWITTER?

Según datos del año 2022, un 87,1 por 100 de la población española usa redes sociales, dedicándoles de media una hora y 53 minutos al día<sup>17</sup>, pero dentro de esta amplia categoría, redes sociales, encontramos plataformas de muy distinto tipo, desde redes cuyo núcleo es la comunicación cerrada entre dos usuarios —o un pequeño grupo—, como WhatsApp, hasta redes más abiertas cuya esencia es la publicación de contenido —en distintos formatos— accesible a todos los usuarios de la red, como Instagram, Twitter o TikTok. De hecho, la red social más utilizadas por los españoles es WhatsApp con una naturaleza bastante cerrada, quedando Facebook e Instagram en segundo y tercer lugar, respectivamente. En España, Twitter queda fuera del top 3, y a nivel global su posición no mejora, quedando relegada a la undécima posición en el ranquin de redes sociales con más usuarios activos. Sin embargo, a pesar de no ser la red social más utilizada, ni con más usuarios, Twitter ha alcanzado una gran centralidad en los ecosistemas político y comu-

<sup>13</sup> GLEASON, B., «#Occupy Wall Street: Exploring Informal Learning About a Social Movement on Twitter», *American Behavioral Scientist*, núm. 57, 2013, pp. 966–982; ISA, D. y HIMELBOIM, I., «A Social Networks Approach to Online Social Movement: Social Mediators and Mediated Content in #FreeAJStaff Twitter Network», *Social Media + Society*, núm. 4, 2018.

<sup>14</sup> CALHOUN, C., «Occupy Wall Street in perspective», *British Journal of Sociology*, núm. 64, 2013, pp. 26–38.

<sup>15</sup> GARZA, A. «A Herstory of #BlackLivesMatter Movement», en HOBSON, J. (ed.) *Are All the Women Still White? Rethinking Race, Expanding Feminisms*, Albany, State of New York University Press, 2017; TAYLOR, K.-Y., *From #BlackLivesMatter to Black Liberation*, Chicago, Haymarket Books, 2016.

<sup>16</sup> LI, P., CHO, H., QIN, Y. y CHEN, A., «#MeToo as a Connective Movement: Examining the Frames Adopted in the Anti-Sexual Harassment Movement in China», *Social Science Computer Review*, núm. 39, 2021, pp. 1030–1049.

<sup>17</sup> WE-ARE-SOCIAL, *Digital 2022*, 2023. Disponible en <https://wearesocial.com/es/blog/2022/02/digital-report-espana-2022-nueve-de-cada-diez-espanoles-usan-las-redes-sociales-y-pasan-cerca-de-dos-horas-al-dia-en-ellas/>

nicativo de muchas sociedades, entre las que se encuentra la española, siendo además la tercera web más visitada del mundo, es decir, no mucha gente participa en Twitter, pero mucha gente acude a Twitter. Entre los diferentes motivos que han dotado de relevancia a Twitter en estos campos cabe destacar dos: es la red social elegida los agentes políticos y por las instituciones de diferentes órdenes para comunicarse con la ciudadanía —os diferentes ministerios tienen cuenta de Twitter, la Agencia Española de Investigación tiene cuenta de Twitter e incluso el Gobierno de España tiene una cuenta oficial—; y, en segundo lugar, como ya hemos mencionado, las tendencias de Twitter parecen tener una importante repercusión en los medios de comunicación, convirtiéndose en no pocas ocasiones en noticias en sí mismas. En consecuencia, Twitter ha adquirido un importante papel en la discusión política y, por supuesto, también en la relativa a la política criminal, no siendo solo un medio, sino también un contexto, un entorno, que parece propiciar ciertas dinámicas y formas de comunicarse.

Desde hace más de un siglo los medios de comunicación han sido la principal fuente de información sobre el crimen y el sistema de justicia para la mayoría de ciudadanía<sup>18</sup>, de modo que la percepción que los sujetos tienen del crimen, de la respuesta penal e incluso de la propia ley dependía en un altísimo grado de los mensajes e imágenes difundidos por los medios de comunicación<sup>19</sup>. Así, la información ha estado siempre filtrada por los medios, que tenían la capacidad —aunque no absoluta— para determinar qué se consideraba noticia, qué aspectos de la información se resaltaban y a quién se le daba voz. Las redes parecen haber roto este monopolio de los medios<sup>20</sup>, o al menos haber diluido su poder, ya que ofrecen vías de comunicación directas con el público, tanto para ciudadanos anónimos como para actores políticos y, como hemos visto, Twitter ha sido la red escogida para estos fines por ciudadanos y entidades, especialmente si hablamos de mensajes o reivindicaciones políticas. No obstante, debemos ser conscientes de que, a pesar de que pueda afirmarse que las redes sociales han tenido

<sup>18</sup> BARANAUSKAS, A. J. y DRAKULICH, K. M., «Media construction of crime revisited: media types, consumer contexts, and frames of crime and justice», *Criminology*, núm. 56, 2018, pp. 679–714; COHEN, S., *Folk Devils and Moral Panics*, London, MacGibbon & Kee, 1972; PICKETT, J. T., «Public Opinion and Criminal Justice Policy: Theory and Research», *Annual Review of Criminology*, núm. 2, 2019 pp. 405–428; SHI, L., LU, Y. y PICKETT, J. T., «The public salience of crime, 1960–2014: Age-period-cohort and time-series analyses», *Criminology*, núm. 58, 2020, pp. 568–593.

<sup>19</sup> BARANAUSKAS, A. J. y DRAKULICH, K. M., «Media construction of crime revisited...», *op. cit.*, pp. 679–714; BOURDIEU, P., *On Television*, Nueva York, The New Press, 1996; CHADEE, D. y DILTON, J., «Fear of crime and the media: assessing the lack of relationship», *Crime, Media and Culture*, núm. 1, 2005, pp. 322–332; CHERMAK, S. M. y GRUENEWALD, J., «The media's coverage of domestic terrorism», *Justice Quarterly*, núm. 23, 2006, pp. 428–461.

<sup>20</sup> BALKIN, J. M., «Digital speech and democratic culture: A theory of freedom of expression for the information society», *New York University Law Review*, núm. 79, 2004, pp. 1–58; CASTELLS, M., *Communication Power*, Oxford, Oxford University Press, 2009.

cierto efecto «democratizador» en la comunicación social, las redes son también notablemente desiguales, habiendo en ellas un reducido número de usuarios con la capacidad de tener un impacto y audiencia muchísimo mayor que el resto<sup>21</sup>. La congruencia o divergencia entre los «*influencers*» en redes sociales y las estructuras clásicas de poder ajenas al ciberespacio es un interesante debate académico que aún está lejos de cerrarse. Pero independientemente de dónde nos situemos en esta discusión, es innegable tanto que en redes hay ciertos «personajes» o sujetos que han nacido en ellas y alcanzado un gran popularidad e influencia, como que los sujetos que ocupan posiciones sociales públicas e influyentes —periodistas, políticos, etc.— suelen tener más repercusión en redes que los ciudadanos anónimos.

Pero el actual panorama mediático no solo está hoy compuesto por más actores, sino que parece haber mutado de diversas formas, entre las cuales cabe destacar una: la primacía de la producción rápida y constante de pequeñas piezas informativas con elementos impactantes<sup>22</sup> y, por tanto, rentables en términos del número de clics que consiguen generar<sup>23</sup>. El flujo de información ya no está encorsetado a las ediciones de los periódicos, ni siquiera a los tiempos de la programación de la radio y televisión. Twitter abre 24 horas y el suministro de información y mensajes es constante, procede de fuentes muy diversas y tiene naturalezas muy distintas. Y, además, todo mensaje lanzado cae en manos del «algoritmo», es decir, del sistema que usa Twitter para priorizar qué mensajes muestra a los usuarios. Este contexto genera una competencia constante por «alcanzar al público», por evitar que los mensajes lanzados, que el contenido creado, se pierda en la marabunta de estímulos que recibimos cada vez que abrimos alguno de nuestros dispositivos. Y si, como parecen mostrar algunos estudios<sup>24</sup>, el contenido que provoca respuestas más viscerales parece ser el que, debido a los algoritmos de las plataformas y a los propios usuarios, consigue más visibilidad, resulta muy probable que los debates que se den en Twitter adolezcan de cierta simplificación de su contenido —el ritmo es frenético y los

<sup>21</sup> HIER, S., «Moral panics and digital-media logic: Notes on a changing research agenda», *Crime Media Culture*, núm. 15, 2019, pp. 379–388.

<sup>22</sup> BRULLE, R. J., CARMICHAEL, J. y JENKINS, J. C., «Shifting public opinion on climate change: an empirical assessment of factors influencing concern over climate change in the U.S., 2002–2010», *Climatic Change*, núm. 114, 2012 pp. 169–188; COOKE, N. A., «Posttruth, Truthiness, and Alternative Facts: Information Behavior and Critical Information Consumption for a New Age». *Library Quarterly*, núm. 87, 2017. pp. 211–221.

<sup>23</sup> ROCHLIN, N., «Fake news: belief in post-truth», *Library Hi Tech*, núm. 35, 2017, pp. 386–392; WALSH, J. P., «Social media and moral panics: Assessing the effects of technological change on societal reaction», *International Journal of Cultural Studies*, núm. 23, 2020, pp. 840–859.

<sup>24</sup> TUCKER, J. A., GUESS, A., BARBERA, P., VACCARI, C., SIEGEL, A., SANOVICH, S., STUKAL, D. y NYHAN, B., *Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature*, SSRN, 2018.

mensajes cortos— y tengan una estructura que tienda a la polarización —la defensa del grupo y el rechazo «al otro» son fuertes motores para la acción y para la respuesta emotiva—. La literatura académica todavía está lejos de poder definir con precisión cuáles son las características de los debates que se dan en redes sociales, y mucho menos de fijar inequívocamente cuáles son estas características cuando hablamos de debates sobre política criminal. ¿Qué actores son dominantes en los debates sobre política criminal? ¿Qué estructura tiene la conversación? ¿Qué clase de mensajes se lanzan y cuáles llegan realmente a la población? E incluso, ¿qué efectos podrían estar teniendo estos debates en el legislador y en la práctica judicial? Todas estas son preguntas del máximo interés y solo parte de ellas se abordarán en este libro. De hecho, incluso aquellas que serán abordadas, solo serán parcialmente contestadas, y es que, si bien este libro parte de datos extraídos de Twitter y busca aproximarse a las características de la conversación sobre Derecho penal en Twitter, no es esta su única ambición y, quizás, ni siquiera la principal.

### 3. ¿POR QUÉ TUI TS VIRALES Y PENALISTAS?

Existe un abanico inmenso de técnicas para el análisis de las redes sociales y los datos que pueden extraerse de ellas (AGUERRI y MIRÓ-LLINARES, 2024). Gracias a la naturaleza digital de las redes toda interacción que se da en ellas públicamente queda registrada, visible para los usuarios y almacenada en los servidores de la plataforma. Esto último es especialmente importante porque permite a los investigadores, si cuentan con la aprobación de la plataforma, acceder y descargar la información relativa a estas interacciones. Concretamente, en la presente investigación se ha utilizado al acceso académico ofrecido por Twitter para acceder a su API v2<sup>25</sup> y a través de ella descargar todos los tuits publicados entre los días 10 y 19 de noviembre de 2022 presentes en alguna de las 8 tendencias relativas al sistema de justicia penal que alcanzaron la lista de las 30 principales tendencias a nivel nacional entre los días 11 y 18 de noviembre de 2022. El resultado fue una base de datos de casi dos millones de tuits que, como veremos en el presente libro, aluden a diferentes debates relacionados con la política criminal y el sistema de justicia.

---

<sup>25</sup> Una API es una interfaz de comunicación entre sistemas informáticos que nos permite utilizar nuestro ordenador para realizar peticiones a otras máquinas, en este caso los servidores en los que se almacena la información de los tuits de interés, en un lenguaje y forma que el otro dispositivo pueda entender. Hasta febrero de 2022 Twitter ofrecía diferentes niveles de acceso a su API, uno de ellos, el *Academic Research Acces*, permitía la descarga de todos los tuits publicados desde 2011 que cumplieran ciertos criterios de búsqueda. Para obtener los datos utilizados en este libro se utilizó este acceso académico, junto con el *software* R (2020) y el paquete para dicho *software academic* Twitter (BARRIE & HO, 2021).