

# Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 44, año 2026. URL: [espejodemonografias.comunicacionsocial.es](http://espejodemonografias.comunicacionsocial.es)

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO  
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL  
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-10176-18-8

## 21 dilemas éticos del *True Crime* contemporáneo (2026)

Alfonso Méndiz-Noguero; Marta Sánchez-Esparza

## Libro completo

### Título

*21 dilemas éticos del True Crime contemporáneo*

### Autoría

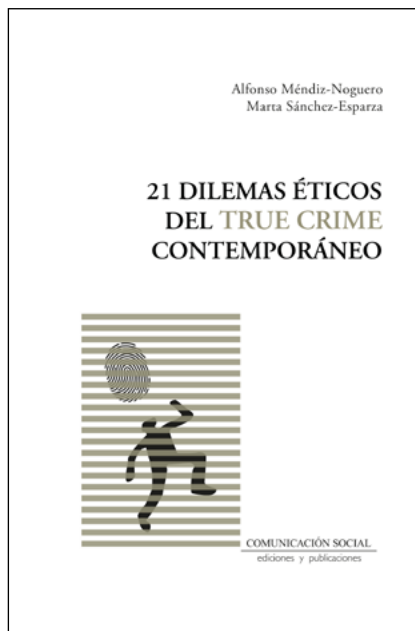
Alfonso Méndiz-Noguero  
Marta Sánchez-Esparza

### Cómo citar este libro

Méndiz-Noguero, A.; Sánchez-Esparza, M. (2026):  
*21 dilemas éticos del True Crime contemporáneo*.  
Salamanca: Comunicación Social Ediciones y  
Publicaciones. ISBN: 978-84-10176-18-8

### D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/librocompleto.emcs.40.c50>



El libro *21 dilemas éticos del True Crime contemporáneo* está integrado en la colección «Contextos» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Este libro, *21 dilemas éticos del True Crime contemporáneo*, parte de la premisa de que la ética no es un obstáculo para la creación y la investigación periodística, sino el camino para alcanzar la excelencia narrativa y la responsabilidad social.

El auge del *true crime* ha puesto en el centro de la cultura contemporánea un conjunto de relatos que, a la vez que informan y movilizan conciencias, pueden desvirtuar procesos judiciales, amplificar el dolor y alimentar imaginarios sociales simplificados. Este libro muestra que el dilema no es la existencia del género, sino cómo se construye, para quién y con qué efectos.

A lo largo de los *21 dilemas* abordados se evidencia una tensión que vertebra toda la controversia en torno al género: la existente entre el interés público y el sensacionalismo, entre el derecho a la información y la protección de la dignidad, entre la transparencia narrativa y la minimización del daño. Estos ejes se traducen en principios operativos que, aplicados con rigor, permiten un *true crime* que investiga, contextualiza y protege. Y estos principios éticos irrenunciables son la veracidad y la proporcionalidad; el respeto a la presunción de inocencia; la salvaguarda de la privacidad y el consentimiento informado; la transparencia sobre las recreaciones y los límites de la evidencia, y una alfabetización activa de las audiencias.

21 dilemas éticos  
del *True Crime* contemporáneo

colección «CONTEXTOS»

Alfonso Méndiz-Noguero  
Marta Sánchez-Esparza

21 dilemas éticos  
del *True Crime* contemporáneo



SALAMANCA, 2026

1ª edición: Salamanca, 2026.

Esta obra, tanto en su forma como en su contenido, está protegida por la Ley, que establece penas de prisión y multas, además de las correspondientes indemnizaciones por daños y perjuicios, para quienes reprodujeren, plagiaren, distribuyeren o comunicaren públicamente, en todo o

en parte, una obra literaria, artística o científica, o su transformación, interpretación o ejecución artística fijada en cualquier tipo de soporte o comunicada a través de cualquier medio, sin la preceptiva autorización por escrito del titular de los derechos de explotación de la misma.

Revisión general de la obra: Pedro J. Crespo  
Diseño y producción gráfica: Pepa Peláez, Editora.

Del Texto: © *by* Alfonso Méndiz Noguero y Marta Sánchez Esparza, 2026.  
Ilustración de portada: © *by* Roser Freixa, 2026.

De esta edición:  
COMUNICACIÓN SOCIAL EDICIONES Y PUBLICACIONES, sello propiedad de:  
© *by* PEDRO J. CRESPO, EDITOR y PEPA PELÁEZ, EDITORA (2026).

Gestión:  
Avda. Juan Pablo II, 42, Ático A. 37008 Salamanca, España.  
Taller editorial y almacén:  
c/ Escuelas, 16. 49130 Manganeses de la Lampreana (Zamora, España).

ISBN: 978-84-10176-18-8  
Depósito Legal: DL S 62-2026  
Impreso en España. *Printed in Spain*

*A don Luka Brajnovic,  
que nos enseñó a amar la ética periodística.*

*Y a nuestros padres, que nos enseñaron a vivir la ética personal.*



## Sumario

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| Introducción                                            | 9  |
| 1. Un dilema previo: enriquecerse con el crimen         | 23 |
| 2. Sensacionalismo: el crimen convertido en espectáculo | 29 |
| 3. La revictimización de los afectados                  | 35 |
| 4. Presunción de inocencia                              | 41 |
| 5. Privacidad de víctimas y sospechosos                 | 51 |
| 6. Impacto en investigaciones activas                   | 55 |
| 7. Explotación comercial del dolor                      | 61 |
| 8. Uso de imágenes y archivos sensibles                 | 65 |
| 9. Narrativas sesgadas                                  | 69 |
| 10. Estereotipos y prejuicios                           | 73 |
| 11. Interferir en la vida de personas no públicas       | 79 |
| 12. Glorificación de criminales                         | 83 |
| 13. Reapertura pública de casos cerrados                | 87 |

|                                                        |     |
|--------------------------------------------------------|-----|
| 14. Reproducción de teorías conspirativas              | 93  |
| 15. Recreaciones dramatizadas engañosas<br>o falseadas | 97  |
| 16. Selección sesgada de expertos                      | 101 |
| 17. Exposición de menores                              | 105 |
| 18. Recreación del trauma para la audiencia            | 109 |
| 19. Difusión internacional y pérdida de contexto       | 113 |
| 20. La «gamificación» del crimen                       | 117 |
| 21. El reto de la alfabetización de la audiencia       | 121 |
| Conclusiones                                           | 125 |
| Referencias bibliográficas                             | 131 |

## Introducción

En las últimas décadas, las historias de crímenes han pasado de ocupar un nicho relativamente marginal en el periodismo de sucesos a convertirse en un fenómeno cultural global. Documentales, pódcast, series de ficción basadas en hechos reales, libros de investigación y crónicas periodísticas conforman hoy un ecosistema transmedia donde el crimen y el suceso escandaloso se transforman en productos narrativos de consumo masivo. Este auge ha sido impulsado por la hibridación de formatos (*docudrama*: documental + drama, *ficción basada hechos*: periodismo + ficción), por la serialización que favorecen plataformas y *streamers*, e incluso por la intimidad generada por el audio, que permite a los pódcast «susurrar» el caso al oído del oyente (Cecil, 2020; Murley, 2009; Sherrill, 2022; Taggart, 2024). Sin embargo, la expansión de estas historias, agrupadas bajo el paraguas del llamado género *true crime*, ha intensificado un debate ético ya clásico en el periodismo de sucesos: ¿qué responsabilidades tienen quienes convierten un hecho traumático —para las víctimas, sus familias y la comunidad— en una historia? ¿Dónde se sitúan los límites entre el interés público y el sensacionalismo? ¿Cómo afecta este género,

tan arraigado en el imaginario contemporáneo, a la sociedad que lo consume y a los propios protagonistas del crimen? ¿Es posible un *true crime* ético y respetuoso con la dignidad de las personas?

No son pocos los que, ante éstas y otras cuestiones éticas complejas que ofrece el género responden mediante una enmienda a la totalidad. El *true crime* —consideran— no puede ni podrá responder a cuestiones éticas. El género es pernicioso en sí mismo, por su explotación del dolor y del morbo humanos.

Frente a esa postura cabe recordar que el género de las historias reales incluye no solo las producciones sobre asesinos en serie como Ted Bundy o John Wayne Gacy, sino también películas premiadas por su gran calidad, como *JFK* (1991), de Oliver Stone; *Monster* (2003), de Patty Jenkins y protagonizada por Charlize Theron; *Memories of Murder* (*Crónica de un asesino en serie*), de Bong Joon-ho; o *Zodiac* (2007), de David Fincher.

Basada en hechos reales es también la serie de Ryan Murphy sobre el asesinato de Gianni Versace (2018), o la que el mismo productor lanzó años antes sobre O.J. Simpson (2016). Ambas producciones exploran muertes relacionadas con personajes relevantes que forman parte de la historia y la cultura actual. Y ambas forman parte de la serie *American Crime Story*, donde Murphy trató de analizar no solo los elementos conocidos de estas historias, sino cuestionar la narrativa dominante sacando a flote problemas sociales e institucionales, humanizando a los protagonistas y dando voz a las víctimas. ¿Son inmorales estas historias? ¿Es inmoral construir una obra maestra de la literatura

como *A sangre fría* a partir del asesinato atroz de una familia en Kansas? ¿O sirven estas historias como reflexión colectiva sobre las enfermedades morales y sociales y la presencia del mal entre nosotros? ¿El dilema son estas historias o cómo se construyen?

La ética periodística ha insistido históricamente en que el tratamiento informativo de la violencia, la muerte y el sufrimiento debe sustentarse en el respeto, la veracidad y la proporcionalidad. En España, códigos profesionales como el de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE, 2017) y diferentes estudios deontológicos subrayan que el ejercicio del periodismo supone un importante compromiso social, pues el periodista no solo transmite hechos, sino que también ejerce un poder interpretativo con notable impacto social (Sánchez-Aranda; Rodríguez-Andrés, 1999; Aznar, 2005; Marauri; Rodríguez-González, 2011; López-Yepes, 2016; Yez, 2020). El derecho a la libertad de expresión y el derecho a la información están, en este sentido, sometidos a límites, con el fin de impedir la vulneración o pérdida de otros derechos, también fundamentales.

En el ámbito del *true crime*, este juego de límites y derechos adquiere enorme relevancia: la reconstrucción narrativa, la serialización de una investigación y la dramatización de los hechos generan historias poderosas, que convierten al creador en un relevante intermediario social entre el crimen y la audiencia.

Aunque el *true crime* actual aparece ligado a plataformas digitales, sus raíces son más antiguas. En la Edad Media, relatos orales sobre asesinatos y bandidos circulaban mediante narradores ambulantes y la

llamada literatura de cordel, ofreciendo explicaciones morales y anticipando la fascinación por lo macabro (Sánchez-Esparza *et al.*, 2023). Con la imprenta surgieron los *canards* franceses del siglo XVI y otras publicaciones similares en Inglaterra, que consolidaron el interés por los sucesos como entretenimiento y forma de control social. Entre los siglos XVII y XIX, las crónicas de bandoleros —como la de El Maragato en España— y la prensa popular transformaron los crímenes en acontecimientos mediáticos. A finales del XIX aparecieron los primeros «juicios mediáticos», el sensacionalismo y la prensa amarilla, junto con las llamadas causas célebres y la novela detectivesca.

En el siglo XX, por último, se vivió el auge del Nuevo Periodismo, y la novela *A sangre fría* (1959) de Truman Capote, que combinó periodismo de investigación y recursos literarios, definió la narrativa del género. Pero el punto de inflexión definitivo fue el programa *Serial* (2014), que popularizó el formato del podcast y abrió debates sobre el proceso judicial y sus límites (Sherrill, 2022; Transforming Society, 2025). Paralelamente, televisión y docuseries consolidaron la hibridación entre información y espectáculo (Patterson, 2023; Taggart, 2024).

Todo esto ha cristalizado en una verdadera edad de oro del *true crime*, un género que aparece en diferentes formatos y versiones, desplegando narrativas de impacto, que siguen determinados patrones y precisan de una revisión crítica por su importancia social (Méndiz; Sánchez-Esparza, 2024). Autores como Murley (2009) se refieren en concreto a la tensión que suscita este género entre la atracción y la repulsión

hacia el criminal, y a las técnicas literarias empleadas, incluyendo una estructura cuatripartita que emula a la novela detectivesca (crimen → biografía → investigación → juicio).

Desde los años setenta del siglo XX, la figura del asesino en serie se convirtió incluso en un icono cultural, aupada por una industria que mercantiliza su imagen —incluida la *murderabilia*, o afición a coleccionar objetos relacionados con los autores de estos crímenes— y por relatos que alternan demonización y glamur en torno al villano (Schmid, 2005; Transforming Society, 2025). La dialéctica entre normalidad y monstruosidad estructura muchas de estas narrativas: el enfoque en torno a la «máscara de la cordura», por ejemplo, sugiere que la apariencia ordinaria es, paradójicamente, la prueba de una maldad excepcional (Schmid, 2005; Taggart, 2024). Este encuadre, unido a formatos que exploran la intrigante psicología del agresor, alimentan el riesgo de desplazar a las víctimas y romantizar la figura del perpetrador (Cecil, 2020; Schmid, 2005).

El empoderamiento del villano en estas producciones forma parte de una tendencia cultural, surgida a raíz de la proliferación de antihéroes como protagonistas de las series de ficción en los primeros años del siglo XXI en los Estados Unidos. El antiheroísmo, sin embargo, no es una invención de los años 2000, pues el cine vio nacer criminales fascinantes décadas antes, como los gánsteres de la era previa al Código Hays, como *Scarface* (1932) y *The Public Enemy* (1931), quienes ejercían una atracción narrativa y moral que desafiaba la certidumbre de la bondad (Steele, 2020). Sin embargo, a diferencia de aquellos casos aislados

en la pantalla grande, la televisión estadounidense del siglo XX funcionó bajo un régimen de conformidad moral casi absoluto, especialmente después de 1950. La pequeña pantalla se consagró a la familia blanca de clase media: héroes nítidamente buenos, conflictos morales resueltos en treinta minutos, y una fe absoluta en las instituciones.

Fue necesario un cambio profundo en la percepción colectiva para que la televisión aceptara convertir en protagonista estable a un criminal sin castigo inmediato. Ese cambio llegó tras el fin de la Guerra Fría y, particularmente, tras los atentados del 11 de septiembre de 2001, momento en el que se extendió un clima de escepticismo radical hacia el Estado, la justicia y las narrativas de triunfo inequívoco. Es en ese contexto de desconfianza institucional —coincidiendo con guerras, recesiones económicas y la normalización de la violencia estructural— cuando el «malo» dejó de ser una aberración narrativa y se convirtió en un espejo de la sociedad estadounidense (Newman; Levine, 2012; Steele, 2020; Lyons, 2021; Kerrigan, 2022).

Un segundo factor que influyó en este giro fue la transformación del modelo de negocio del mercado audiovisual. Durante cincuenta años, la televisión abierta norteamericana operó bajo un modelo de financiación publicitaria y censura regulatoria que hacía incompatibles los protagonistas moralmente complejos con la lógica comercial de la época. Las cadenas generalistas necesitaban no ofender a nadie: los departamentos de *Standards & Practices* vigilaban cada palabra de diálogo, cada gesto, cada insinuación de moralidad dudosa. Pero a partir de los años ochen-

ta, la expansión del cable por suscripción —especialmente la emergencia de HBO como canal de pago sin dependencia publicitaria— creó un nicho donde el riesgo narrativo dejaba de ser un problema comercial y se convertía en una marca de identidad. Irrumpieron entonces producciones que mostraban violencia explícita, sexualidad sin censura y personajes criminales cuya inmoralidad no era castigada al final del episodio, sino expuesta y explotada durante horas y horas. *The Sopranos* (1999) supuso un punto de inflexión definitivo: el protagonista, Tony Soprano, no era un gánster que aprendía la lección, sino un hombre que durante ocho temporadas enseñó a cientos de millones de espectadores cómo empatizar con un asesino. A ello se sumó la tecnología VCR, DVD y más tarde el *streaming*, permitiendo arcos narrativos donde la serialización y la construcción prolongada de corrupción moral se convirtieron en el esqueleto mismo del drama televisivo.

De esta forma, el éxito de la identificación del espectador con protagonistas inmorales no fue accidental, sino el resultado de un clima social de escepticismo, de un cambio de modelo de la industria, y de unas sofisticadas estrategias narrativas diseñadas para operar sobre la empatía del público. Los guionistas hallaron fórmulas para humanizar al villano, como una enfermedad incurable, una familia, o el desencanto hacia un sistema tan corrupto que su criminalidad parecía casi un acto de resistencia y rebeldía. En algunas producciones se incluyen adversarios más malvados que el protagonista, lo que permite al espectador mantener una brújula ética mientras simpa-

tiza con el antihéroe. Es el caso del protagonista de *Breaking Bad*: un profesor de matemáticas fracasado que se convierte en capo de drogas. Cada paso de su transformación está narrativamente justificado, es psicológicamente plausible, y aparece envuelto en un discurso que invita a la audiencia a negociar moralmente: ¿haría yo lo mismo? Esa pregunta es el puente que une la televisión de los 2000 con los dilemas del *true crime* contemporáneo, donde los documentales, pódcast y películas sobre asesinos reales emplean mecanismos muy similares —*flashbacks* traumáticos, humanización del perpetrador, crítica a sistemas de justicia fallidos— para generar una empatía hacia criminales que, en este caso, son absolutamente reales.

Así, la representación del criminal se torna uno de los dilemas éticos más relevantes dentro del género, así como los posibles beneficios que este logre a partir de su aparición en estas producciones. ¿Es ético ayudar a alguien que ha destruido vidas a regenerar su imagen, obtener revisiones penitenciarias o incluso lucrarse? El *true crime* contemporáneo puede convertir al asesino en una celebridad, y también blanquear sus crímenes e incluso permitirle explotar comercialmente el éxito de sus historias. Además, la cultura de la fascinación por el asesino puede suponer que el público pierda sensibilidad frente al sufrimiento real (Schmid, 2005).

Como consecuencia de lo anterior, una relevante dimensión ética de estas historias es el efecto que tienen sobre los posibles agresores. La construcción mediática del asesino como figura fascinante —inteligente, misterioso, genial en sus estratagemas— puede contribuir a la aparición de imitadores, o a que individuos

con tendencias violentas encuentren en estas historias una forma de validación. Investigaciones criminológicas alertan de que la notoriedad mediática, especialmente cuando un caso se vuelve icónico, actúa como incentivo para ciertos perfiles narcisistas o psicopáticos (Surette, 2011).

Otro desafío ético que el género debe abordar es la consolidación de determinados estereotipos sociales en torno al crimen y el criminal. Los sesgos o actitudes previas de la audiencia inciden en cómo se construye credibilidad en torno a estas historias, de modo que piezas que mencionan la nacionalidad extranjera del sospechoso pueden resultar más creíbles para audiencias con actitudes xenófobas, reforzando estereotipos (Kunst, 2021; Dixon, 2006; 2008; Dixon; Azocar, 2007; Hurwitz; Peffley, 1997). La feminidad en los juicios —cuando la agresora es mujer— añade una doble transgresión en el imaginario social (de la norma penal y del ideal de género) y favorece estereotipos como la especial maldad de las mujeres criminales (Lima, 2014; Dana, 2025).

Estas narrativas también inciden en la percepción de la justicia. Así, el llamado «efecto CSI» eleva las expectativas probatorias y forenses del público, con jurados educados por la televisión, menos proclives a condenar si no ven en sala lo que aprendieron en la pantalla: si del acusado no hay una huella, un pelo o un rastro de ADN, tienden a juzgar que el caso no está probado (Shelton, 2008; Patterson, 2023; Clements, 2015; Koth, 2023).

Pero el mismo género que plantea problemas éticos también ofrece oportunidades. Son de hecho nume-

rosas las historias de *true crime* que exponen condenas erróneas y fallas sistémicas (falsas confesiones, mala praxis oficial, ciencia forense defectuosa), reivindicando el derecho a un proceso justo y suscitando la revisión de casos (Cecil, 2020). Otras han logrado que la justicia obtuviera material probatorio para procesar y encarcelar a criminales que estaban en libertad, como sucedió con la docuserie *The Jinx* (2015), en la que, bajo la dirección de Andrew Jarecki, un equipo de periodistas y cineastas entrevistaron al millonario neoyorquino Robert Durst, e investigaron su versión sobre tres crímenes en los que había estado relacionado, logrando que su trabajo periodístico sirviera finalmente para encarcelarlo. Asimismo, técnicas heredadas del cine documental, como las recreaciones, han servido, en manos de autores como Errol Morris en *The Thin Blue Line* (1988), para revisar la verdad sobre los hechos, e incluso propiciar la revisión de una condena, demostrando que no todos los efectos del *true crime* son negativos.

El *true crime* tiene además la capacidad para modificar actitudes públicas sobre raza, clase y derechos civiles (Murley, 2009; Transforming Society, 2025). También ha ayudado a recontextualizar las historias ya contadas en los medios de comunicación y a modificar la percepción de las mismas, incluso dando voz como narradores a los propios investigados o condenados. Esto las convierte en una suerte de segunda instancia en el tribunal de la opinión pública.

Cabe preguntarse, al fin, si la necesidad de consumir este tipo de historias obedece no solo a un supuesto afán de remover lo escabroso y truculento del ser hu-

mano, sino también a la necesidad de comprobar si al final ganan los buenos; y, si no es así, por qué motivos. En definitiva, a la pregunta sobre si el bien tiene utilidad en la vida personal o social.

El auge del *true crime* también obliga a reflexionar sobre cómo afecta a la audiencia. Críticos y sociólogos sostienen que la saturación de contenidos sobre asesinatos, secuestros o desapariciones puede distorsionar la percepción social de la criminalidad, generando una sensación de inseguridad desproporcionada o, por el contrario, una forma de banalización del mal que convierte la violencia en entretenimiento.

El consumo del *true crime* actual está marcado por fenómenos como el *binge-watching* o «atracción» de episodios y la interactividad de los fans (Cecil, 2020), que tienen en las redes sociales el cauce adecuado para compartir obsesiones, teorizar colectivamente, congregarse en torno a imágenes y perfiles de casos reales, generando comunidades de fans y participando en dinámicas que han sido categorizadas como de «cultura de la herida» (*wound culture*), la congregación pública en torno a un trauma (Seltzer, 1998, citado en Gaynor, 2024; Gaynor, 2024). El ecosistema digital multiplica el efecto social que tiene la popularidad de un caso, donde se convierte a las víctimas y sus familias en personajes involuntarios: se cursan solicitudes de entrevistas, se producen «peregrinaciones» a escenarios del crimen, se generan teorías conspirativas y las especulaciones circulan sin control (Gaynor, 2024; Maddalena, 2021).

Quizás el mayor dilema ético en torno al *true crime* procede precisamente del impacto que estas historias

tienen sobre las víctimas y sus familias. La difusión de detalles íntimos, imágenes sensibles y testimonios invasivos puede generar una doble victimización, con la exposición pública de su dolor, el cuestionamiento del carácter de la víctima y la prolongación de su duelo (Greer; Reiner, 2012). La ética exige evaluar hasta qué punto el interés público justifica esta exposición y si es necesario un diálogo empático con los afectados antes de reconstruir públicamente los hechos.

Esta obra, *21 dilemas éticos del true crime*, parte de la premisa de que la ética no es un obstáculo para la creación y la investigación periodística, sino más bien el camino para dotar al género de la excelencia en el arte de producir relatos que contribuyan al entendimiento social del crimen sin causar daños innecesarios. El reto es conciliar el interés legítimo del público con la responsabilidad moral de quienes narran y los derechos de los afectados. Por ello, cada uno de los dilemas que se abordan en este libro invita a reflexionar sobre los límites, las prácticas y los principios que deberían guiar un género que, quizá más que ningún otro, se sitúa en la intersección entre la información, la emoción y el sufrimiento humano.

Este libro, sin embargo, no tiene un carácter exhaustivo o finalista. Su propósito es plantear una serie de dilemas que asaltan a quienes producen y consumen este tipo de creaciones, y a quienes se ven afectados de alguna forma, al ser representados o ver sus historias convertidas en objeto de consumo de la industria audiovisual. De esta forma, el objetivo de estas páginas es dinamizar un debate ético en torno a un género que se ha instalado en el corazón de la cultura contem-

poránea. Se trata, en fin, de provocar una conversación que pueda servir para la reflexión de aficionados, consumidores y productores, incentivando una producción y consumo de contenidos respetuosa con la dignidad de las personas.

En este sentido, cabe hacer una distinción entre las historias narradas como documentales (o docuseries) y las ficciones basadas en hechos reales. Los dilemas éticos impactan o afectan a estas historias de diferente forma, aunque en todos los casos deben formularse y merecen una reflexión previa por parte de quienes elaboran estos formatos.

Desde la ética de la comunicación, la pregunta no es si la sociedad «necesita» relatos de crimen para entender el miedo, la justicia o la fragilidad humana, sino cómo ofrecerlos sin caer en dinámicas tóxicas de espectáculo o trivialización, sin revictimizar a quienes ya sufrieron, sin provocar nuevos daños y sin invertir el orden de la justicia. Y es en este punto donde este libro cobra sentido.



## Un dilema previo: enriquecerse con el crimen

Antes de analizar los diversos dilemas de ámbito práctico y ético que guardan relación con las historias del género *true crime*, es necesario atender a una encrucijada moral previa a todas las demás, y que mina la credibilidad de estas producciones: ¿es el crimen un modelo de negocio? ¿Es legítimo lucrarse a costa del dolor y el sufrimiento? Y, peor todavía, ¿es justo que el autor del crimen obtenga ganancias a costa del daño que ha provocado?

El riesgo de que el criminal se beneficie económicamente de la explotación mediática de su historia no es un dilema más, pues si el *true crime* permite que el perpetrador obtenga un lucro, se produce una inversión moral radical: el mal se convierte en un activo rentable.

En este sentido, podemos hablar de un protodilema ético, previo a cualquier otro dilema, y que cuestiona la legitimidad misma de estas historias. El prefijo «proto» (del griego *protos*, que significa «primero») se refiere a que esta cuestión está en el origen, en la misma materia prima del *true crime*, y debe abordarse antes de cualquier otra consideración.

Aquí cobra especial valor el concepto de *legitimidad social*, empleado por diversos autores del ámbito de la ética y la deontología, y que alude al reconocimiento

público de que una actividad —la que sea— es valiosa y necesaria para el conjunto de la sociedad siempre que sea ejercida de manera responsable.

La legitimidad social del periodismo, por ejemplo, es el reconocimiento de dicha profesión como instancia autorizada para intervenir en el ámbito de la información, al igual que sucede con la medicina, la judicatura, la docencia o el emprendimiento, socialmente legitimados para intervenir en la mejora de la salud pública, la administración de justicia, la educación o la dinamización de la economía y la generación de riqueza, respectivamente. Este reconocimiento supone que la comunidad considera justos los fines que la profesión declara y adecuados los medios con los que los persigue, y esto se manifiesta en la confianza que se deposita en estos profesionales.

Dicha legitimidad social nace de que cada profesión posee un bien interno (curar, educar, informar, acompañar, defender derechos) cuyo logro otorga sentido y legitimidad a su existencia.

La reflexión ética sobre el *true crime* exige identificar el sentido y los bienes que definen esta práctica. Siguiendo a MacIntyre, es clave distinguir entre bienes internos y bienes externos en toda práctica humana (MacIntyre, 2001). Los bienes internos son aquellos que solo se alcanzan mediante la práctica en cuestión, y le otorgan legitimidad social (Hortal, 2002), y están conformados por valores, reglas y virtudes que le dan credibilidad (García-Marzá, 2004: 112). Por el contrario, los bienes externos son beneficios adicionales, como dinero o prestigio, que no definen la práctica en sí (Echaniz; Pagola, 2004).

En el caso del *true crime*, su bien interno radica en ofrecer relatos contextualizados y comprensibles sobre sucesos dramáticos que forman parte de la memoria colectiva, contribuyendo a la reflexión social y a prevenir conductas nocivas.

Si el *true crime* desea ser socialmente valioso, debe buscar el bien intrínseco que puede aportar al conjunto de la sociedad, y no limitar su acción al interés privado: ingresos, audiencia, popularidad. Y este bien tiene que ver con el modo en el que se narran estas historias, con los principios deontológicos que transforman una historia enfocada en el morbo y las ganancias en una narrativa al servicio de la memoria colectiva y de la comunidad, que permite comprender los problemas de los individuos y la sociedad. La ética, por tanto, no es un complemento, sino la materia que dota de consistencia a estas historias y les permite obtener su justificación pública.

Como ocurre con cualquier institución o disciplina, el género solo tiene sentido social si procura un bien: informar, reflexionar, o contribuir a la justicia simbólica. Si, por el contrario, genera un daño estructural —premiar al causante del mal—, su existencia misma queda cuestionada.

En este sentido es paradigmático el caso de O.J. Simpson y su manuscrito *If I Did It* —un libro que especulaba sobre cómo habría cometido los asesinatos—. El autor suscitó una ola de indignación social al conocerse la publicación, y el libro fue retirado por la editorial. Finalmente, los derechos de la historia fueron adjudicados a la familia Goldman, para que los beneficios se destinaran a resarcir a las víctimas,

tal y como fijaba la sentencia civil. La justicia validó un principio moral fundamental: el agresor no debe lucrarse con el relato de su propio crimen. En España este problema se ha generado en torno a casos tan mediáticos como el asesinato del niño Gabriel Cruz a manos de Ana Julia Quezada (condenada a prisión permanente revisable), o el crimen de Daniel Sancho—condenado en 2024 a cadena perpetua en Tailandia por el asesinato premeditado del cirujano Edwin Arrieta—. En ambas ocasiones saltó la polémica por el hecho de que el autor del crimen iba a obtener ganancias gracias a la producción de un *true crime* sobre su historia.

Algunos países han intentado frenar este fenómeno. Tras los llamados crímenes del «Hijo de Sam», que aterrorizaron Nueva York en 1976 y 1977, y ante la posibilidad de que un asesino en serie se hiciera millonario contando sus crímenes mientras las familias de las víctimas sufrían, el Estado de Nueva York promulgó en 1977 la primera ley para confiscar los beneficios obtenidos por criminales a través de la venta de sus historias y destinarlos a un fondo para las víctimas. Aunque el Tribunal Supremo la declaró inconstitucional, la medida inició una tendencia que hoy es más amplia: confiscar cualquier beneficio vinculado al delito, sin penalizar la libertad de expresión. Reino Unido y Australia aplican ya normas similares bajo el concepto de *proceeds of crime*. En España, el gobierno de Pedro Sánchez trabaja en un anteproyecto de ley que permitirá a las víctimas y sus familiares impedir el uso doloso del delito por parte del victimario, cuando lesione el honor y la imagen

de las víctimas o se obtenga lucro gracias al relato del delito.

En cualquier caso, si el *true crime* se convierte en un canal para enriquecer al criminal, deja de ser un espacio de reflexión y se transforma en un espectáculo inhumano. Como cualquier práctica cultural, su existencia solo es justificable si aporta comprensión, memoria crítica y prevención, no si alimenta la fascinación por el mal y la notoriedad pública de los criminales.

Un *true crime* legítimo repara más de lo que hiere. Informa con rigor, recuerda a las víctimas con dignidad, contextualiza sistemas y fallas, y ayuda a la ciudadanía a entender por qué ocurren los delitos y cómo evitarlos. Un *true crime* ilegítimo, en cambio, monetiza el daño, blanquea al perpetrador o lo promociona, y deja a las víctimas en segundo plano. Por eso este capítulo es un protodilema: si el género abre la puerta a que el criminal se lucre con la obra que narra su crimen —o a que se rentabilice su notoriedad—, entonces el *true crime* ha perdido su razón de ser.

Un *true crime* responsable debe declarar de forma explícita que no paga al condenado ni a terceros que actúen como intermediarios. Esto incluye honorarios, cesión de derechos, consultorías o cualquier contraprestación directa o indirecta. Estas producciones deberían incluir una cláusula ética para prever que cualquier ingreso eventual derivado de la notoriedad del crimen se destine a las víctimas o a fondos sociales, en línea con el principio de minimización del daño. Además, conviene comunicarlo con transparencia: en créditos, notas de prensa y campañas, indicando que la obra no genera beneficio para el autor

del delito y que, cuando hay monetización, se orienta a la reparación.

Por otra parte, informar al público sobre estas políticas refuerza la confianza y evita la percepción de que el género premia la violencia. Un mensaje claro —«Esta producción no paga al perpetrador y destina X% a las víctimas»— contribuiría enormemente a legitimar el relato y a educar sobre la ética del consumo cultural.

## Sensacionalismo: el crimen convertido en espectáculo

El sensacionalismo es uno de los rasgos más visibles y criticados del *true crime* contemporáneo. Los elementos que componen estas historias son a la par mórbidos y fascinantes para el público, revelando una enfermiza tendencia a la contemplación del lado oscuro de las personas, y al mismo tiempo, una atracción hacia la desconcertante presencia del mal entre personas corrientes, en sus más atroces representaciones. El llamado «culto a la herida» o *wound culture*, que conceptualizara Seltzer (1998; 2004), y que une a diferentes personas mediante el culto a la compasión y las experiencias compartidas de trauma y violencia, generando incluso una identidad comunitaria. Esta especie de identidad compartida en torno al trauma social funciona como un imán para los consumidores de *true crime*.

Esta atracción hacia el hecho traumático, hacia aquello que desconcierta por su salvaje ruptura del orden social, se multiplica mediante la construcción narrativa de historias de impacto, potenciadas por la fuerza del lenguaje audiovisual, y por el juego constante entre los elementos narrativos procedentes de la ficción y los ingredientes extraídos de las historias

reales. Así lo expresaba Robert Lichter, director del Center for Media and Public Affairs en la Universidad George Mason, en la serie *Trial by Media* (Toobin *et al.*, 2020): «Cuando conviertes la sala de un tribunal en un estudio (de televisión), debes convertir la realidad en una historia». Esta frase revela el corazón del problema de estas historias, así como del espectáculo generado por los llamados juicios mediáticos: la cámara convierte las tramas judiciales en historias de impacto que fascinan a la audiencia, y a los autores de estas historias en narradores, que oscilan entre el deseo de incrementar sus ingresos con historias truculentas y el deber de elaborar relatos acordes con la realidad y respetuosos con la dignidad de las personas involucradas. Esta tensión se resuelve a menudo a favor de la búsqueda de mayores porcentajes de audiencia, intensificando los elementos sensacionalistas de las tramas narradas.

Ya en el siglo XIX, cuando la prensa emergió como poderoso instrumento de influencia social, aparecieron los primeros juicios mediáticos: se trata de historias, relatos contruidos por los medios mediante códigos narrativos específicos y enfoques determinados, que simplifican el contenido del proceso judicial y lo hacen atractivo al gran público (Sánchez-Esparza *et al.*, 2025). La televisión primero, y las plataformas después, dispararon el consumo de estos contenidos.

El atractivo de estas historias se intensifica mediante estrategias que exageran, dramatizan o incluso a veces distorsionan elementos clave de un caso. Esta tendencia tiene raíces comerciales evidentes: en un ecosistema mediático saturado, captar la atención del espec-

tador se vuelve prioritario, incluso a costa de sacrificar matices, rigor y sensibilidad. Surette (2011) aseguraba que los medios no solo informan sobre el crimen, sino que lo reconfiguran para hacerlo más «consumible», creando así versiones estilizadas de la realidad que responden más a la lógica del entretenimiento que a la verdad. Si esto podía decirse en torno a los medios, es aún más certero cuando se aplica a la narrativa de las docuseries de *true crime*.

El sensacionalismo aquí opera en diferentes niveles, desde lo visual hasta lo narrativo. La música inquietante, los encuadres dramáticos, el tipo de iluminación y la estética buscada, las recreaciones cargadas de tensión y la selección de testimonios que se ajustan a arcos dramáticos concretos contribuyen a construir un ambiente emocional que predispone al espectador hacia interpretaciones específicas. Dowler, Fleming y Muzzatti (2006) explican que este tratamiento no es inocente: altera la percepción social del crimen y moldea la idea de que vivimos en un entorno mucho más peligroso de lo que sugieren los datos reales. Se genera así una «cultura del miedo», como la definieron Gerbner *et al.* (1986), que fomenta un estado de alerta permanente que no se corresponde con la realidad empírica.

En los últimos años, algunos investigadores han reflexionado sobre esta relación entre medios y criminalidad. Romero (2020) advierte de que la espectacularización mediática del crimen en España ha contribuido a crear estereotipos sociales persistentes, donde ciertos grupos —por motivos económicos, étnicos o culturales— aparecen sobrerrepresentados como potencial-

mente peligrosos. La narrativa mediática tiende a simplificar realidades complejas, reforzando prejuicios que pueden influir incluso en decisiones institucionales o judiciales. De este modo, el sensacionalismo no solo moldea la opinión pública, sino que también puede afectar la equidad social. Los efectos de estas narrativas son, por lo tanto, muy reales.

Otro ámbito crítico es el trato que reciben las víctimas dentro de las narrativas sensacionalistas. Cuando un crimen se convierte en espectáculo, la persona afectada corre el riesgo de ser reducida a una imagen icónica o a un símbolo emocional que sostiene la tensión narrativa, perdiendo su individualidad, su historia y su dignidad. Peelo (2006) explica que esta deshumanización opera como un mecanismo cultural que facilita el consumo del trauma: cuanto más estilizada aparece la víctima, menos confrontamos su dolor real. Por eso —señala— los medios y quienes cuentan estas historias deben evitar convertir el sufrimiento en contenido replicable, pues hacerlo implica instrumentalizar experiencias humanas profundamente traumáticas para satisfacer demandas de audiencia.

Además, este enfoque sensacionalista puede interferir con procesos judiciales. Cuando documentales o pódcast presentan hipótesis no confirmadas como si fueran hechos sólidos, contribuyen a crear un juicio paralelo que puede presionar a policías, fiscales o jueces. Greer y Reiner (2012) advierten de que los medios actúan como actores judiciales simbólicos, generando interpretaciones colectivas que pueden entrar en conflicto con la investigación oficial. En ocasiones, esta presión mediática puede condicionar la actuación de

las instituciones, afectando a principios básicos como la presunción de inocencia o la imparcialidad.

Junto con estas afectaciones estructurales, el sensacionalismo también tiene efectos psicológicos en la audiencia. Igartua (2007) explica que las narrativas audiovisuales poseen una capacidad persuasiva considerable: generan empatía selectiva, inducen emociones intensas y pueden modificar percepciones morales sobre los delitos. La repetición de formatos y estéticas sensacionalistas termina normalizando la idea de que la violencia es un espectáculo legítimo, lo que contribuye a banalizarla y a generar un consumo casi compulsivo de contenido criminal.

Sin embargo, el problema no radica únicamente en la forma en que se organiza la información, sino también en la omisión de contexto. El sensacionalismo elimina aspectos sociales, económicos o psicológicos que podrían ayudar a comprender por qué un crimen tuvo lugar. En su lugar, plantea narrativas binarias —víctimas puras, culpables absolutos— que responden bien a las expectativas del público, pero mal a la complejidad del mundo real.

Frente a ello, un *true crime* ético debería asumir el compromiso de contar historias completas y honestas. Esto implica clarificar cuándo se muestran recreaciones, contextualizar adecuadamente la evidencia disponible, prestar atención a los matices, incluir voces diversas (víctimas, expertos, comunidades afectadas) y valorar el uso de los recursos narrativos que priman el impacto emocional, considerando si es mejor eliminarlos cuando su presencia se sostiene a costa de la veracidad o el respeto. Ward (2018) propone que

la ética en comunicación se guíe por un principio de minimización del daño. Aplicado al *true crime*, este principio obliga a preguntarse si cada imagen, cada testimonio o cada efecto sonoro aporta realmente una mayor y mejor comprensión del caso, o si solamente intensifica el espectáculo.

En definitiva, el sensacionalismo transforma tragedias humanas en productos narrativos diseñados para captar y retener la atención. Pero la atención no debe obtenerse a costa de la verdad ni de la dignidad de las personas implicadas. Recuperar el rigor, la sensibilidad y la responsabilidad ética es fundamental para un género que tiene el potencial de informar, sensibilizar y generar reflexión crítica, pero que también corre el riesgo de convertirse en un distorsionador de la realidad y en un explotador del sufrimiento humano.

## La revictimización de los afectados

Los familiares afectados por un delito grave o un crimen pueden verse expuestos a una nueva revictimización como consecuencia de una historia de *true crime*. A diferencia de otros problemas, este afecta directamente a personas que ya han sufrido una pérdida devastadora y que, sin embargo, deben enfrentar nuevas capas de exposición, interpretación y juicio público. La revictimización es un fenómeno por el cual una persona se ve obligada a revivir una experiencia traumática, asumiendo de nuevo el papel de víctima (Castro, 2024). Esto engloba daños adicionales infligidos a víctimas o a sus allegados en forma de respuestas institucionales, mediáticas o sociales posteriores al hecho criminal.

Cuando un crimen se transforma en documental, pódcast o serie, los familiares no solo vuelven a revivir los hechos, sino que también se ven sometidos a dinámicas mediáticas que amplifican su vulnerabilidad emocional (Boling; Slakoff, 2025). Como advierte Meyers (1997), la cobertura mediática de la violencia tiende a situar a las familias en una posición pasiva, donde su dolor es observado, analizado y, en ocasiones, instrumentalizado. Las víctimas y

sus familiares sufren así una *victimización secundaria*, causada por periodistas, sistemas y representaciones públicas.

El estudio elaborado en 2025 por Boling y Slakoff analiza en detalle el impacto de estas series en una veintena de víctimas, familiares y allegados. Las propias personas afectadas señalan cinco problemas del *true crime* que habían supuesto para ellos una nueva experiencia traumática: las inexactitudes al narrar la historia, la sensacionalización de la tragedia, la pérdida de privacidad debido a la atención mediática, las interacciones incómodas con los consumidores de crímenes reales, incluidos los *trolls* en línea, y la falta de control sobre cómo se producen o editan estas historias, lo que a menudo provoca un daño adicional. Cada uno de estos problemas invita a una reflexión y una respuesta ética por parte de los profesionales dedicados al género.

Es el caso de la exposición pública no deseada. Fotografías domésticas, mensajes privados, grabaciones familiares o diarios personales pueden aparecer en una producción sin la aprobación expresa de quienes guardaban esos recuerdos como parte de su intimidad. Riches y Dawson (1998) explican que estos objetos no son meros documentos: forman parte de los procesos de duelo y poseen un valor emocional que excede cualquier función narrativa. Convertirlos en material audiovisual puede alterar profundamente la manera en que los familiares elaboran la pérdida.

En este sentido, Herrera (2025) habla del «expolio narrativo» que acontece cuando «la industria del entretenimiento se desentiende del bienestar y voluntad

de las víctimas al explotar las historias que sufrieron», y subraya que los medios y quienes producen estas historias tienen la responsabilidad de proteger la dignidad de las personas afectadas por tragedias públicas, evitando difundir imágenes o fragmentos de su vida privada sin un análisis ético profundo.

Otra forma de revictimización es la manera en que se construye la narrativa sobre los familiares. Muchos documentales buscan generar tensión dramática mostrando reacciones intensas, dudas, contradicciones o comportamientos emocionalmente complejos. Sin embargo, estos elementos pueden ser seleccionados y editados de manera que refuercen interpretaciones superficiales o injustas. El sensacionalismo tiende a simplificar el dolor, presentando a las familias como símbolos de pureza o como sujetos sospechosos, según lo requiera el arco narrativo (Peelo, 2006). Esto provoca a menudo historias inexactas, que vuelven a traumatizar a las víctimas.

Además, las producciones pueden generar dinámicas de presión emocional. A menudo se invita a los familiares a participar en entrevistas en momentos en que no han procesado completamente su trauma, lo que puede reabrir heridas o generar conflictos internos. Esta participación no siempre es aceptada por los afectados con pleno conocimiento de lo que la serie cuenta, o de las tesituras en las que se les va a poner. Ward (2018) enfatiza la relevancia que en estas producciones debe tener el «consentimiento informado», que no debe entenderse solo como un acto puntual de acuerdo para participar o colaborar en la historia, sino como un proceso continuo donde los participantes

reciben apoyo, explicaciones claras y la posibilidad de retirarse sin consecuencias negativas.

Un fenómeno especialmente delicado es el de las narrativas que especulan sobre la conducta de los familiares. En ocasiones, la falta de evidencia clara lleva a los creadores a insinuar participaciones, motivaciones ocultas o contradicciones, lo que puede desencadenar campañas de acoso público, que en internet pueden convertirse en auténticos linchamientos.

Las redes sociales intensifican este fenómeno. Tras la emisión de un documental, miles de espectadores pueden comenzar a comentar, analizar y juzgar públicamente las reacciones de los familiares, generando una ola de escrutinio permanente. De hecho, la participación en internet, cuando no está guiada por un sentido crítico y ético, puede convertirse en una forma de acoso colectivo, especialmente cuando los espectadores asumen el rol de «investigadores ciudadanos».

Este tipo de narrativas de la especulación, que arrojan dudas sobre la conducta de personas reales, vulnera gravemente los derechos fundamentales de los afectados, reconocidos en la Constitución, y alimenta la desconfianza pública hacia quienes deberían ser tratados con empatía. De hecho, los medios tienden a reproducir estereotipos emocionales —como la «madre fría» o el «padre sospechoso»— que no se ajustan a la diversidad real de reacciones humanas ante el duelo.

Otro aspecto crucial para las víctimas es el impacto de estas producciones a largo plazo. La exposición mediática no desaparece: los contenidos permanecen disponibles indefinidamente en plataformas globales.

Neimeyer (2006) explica que el duelo es un proceso dinámico que requiere tiempo, intimidad y estabilidad. Sin embargo, en el contexto del *true crime*, las familias pueden ver reactivado su dolor cada vez que aparece un nuevo análisis, un comentario viral o incluso un meme. Esta reexposición prolongada constituye una forma especialmente cruel de revictimización, pues impide cerrar capítulos emocionales y reconstruir la vida de manera autónoma.

El *true crime* no puede evitar que la historia vuelva a ser contada, pero sus creadores sí pueden hacerlo de la forma más respetuosa con las víctimas, protegiendo su intimidad emocional y velando para ello determinadas escenas o materiales íntimos, evitando especulaciones sobre comportamientos o motivaciones, contando con el consentimiento informado continuo de las personas que se ofrecen a participar, y ofreciendo una honestidad argumental que permita, a quienes ya sufrieron una primera vez, no verse golpeados por una narrativa que desconocen y no controlan. Junto a lo anterior, los productores deben establecer límites narrativos que prioricen la dignidad de las víctimas sobre cualquier otra consideración estética o comercial. El respeto hacia las víctimas y sus allegados debe situarse por encima de cualquier estrategia narrativa.

En última instancia, la revictimización evidencia un dilema ético que está en la base del propio género, y que le ha conferido su actual relevancia: la tendencia a convertir el sufrimiento humano en entretenimiento. Sin embargo, el dolor que reflejan estas historias es real, y un *true crime* verdaderamente responsable

exige sensibilidad ante dicho dolor, y un profundo respeto hacia quienes viven las consecuencias reales del crimen.

## Presunción de inocencia

La presunción de inocencia es un derecho fundamental que establece que toda persona acusada de un delito debe ser considerada inocente hasta que se demuestre su culpabilidad mediante sentencia judicial firme. En España está garantizada por el artículo 24.2 de la Constitución, y es reconocida como principio universal en tratados internacionales de derechos humanos que sustentan las democracias modernas. En la Declaración Universal de Derechos Humanos (1948) adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas, se establece que toda persona acusada de delito tiene derecho a que se presuma su inocencia mientras no se pruebe su culpabilidad, conforme a la ley y en juicio público en el que se hayan asegurado todas las garantías necesarias para su defensa.

La presunción de inocencia constituye no solo una garantía jurídica, sino también una protección moral y social frente a los riesgos del estigma, el prejuicio y la condena precipitada. Esta garantía se protege mediante procesos judiciales apropiados, muy protocolizados, donde aparecen diferentes voces a favor y en contra, donde se cuenta con una defensa adecuada y donde solo las evidencias probatorias pueden tumbar

la presunción de que una persona es inocente. Estos procesos, cuajados de garantías, tardan años en tener lugar.

Sin embargo, las dinámicas procesales de los tribunales no son las de los medios de comunicación. Los procesos judiciales en casos de extrema gravedad o donde los protagonistas son personajes públicos reciben una extraordinaria atención mediática. La cobertura de esos casos tiene sus propias leyes, ligadas a la producción y exhibición pública de noticias e historias ante una audiencia, que no siempre casan con las leyes de la justicia.

Los medios son además depositarios de otro derecho fundamental, el derecho a la información, regulado en España en el artículo 20 de la Constitución. En dicho artículo se reconoce tanto el derecho a comunicar y recibir información veraz como la libertad de expresión. Además, la Ley 19/2013 de Transparencia regula específicamente el acceso a la información pública. A nivel internacional, el derecho a la información está consagrado en la Declaración Universal de Derechos Humanos (art. 19) y el Convenio Europeo de Derechos Humanos (art. 10).

Ambos derechos entran en conflicto cada vez que los medios tratan de informar sobre un caso de interés público, bien sea por la gravedad de los hechos, bien sea por los personajes implicados. También entran en conflicto cuando se crean y distribuyen producciones audiovisuales de *true crime*, pues este género se encuentra en una intersección entre el quehacer periodístico y el de los profesionales de lo audiovisual, entre la indagación sobre los hechos reales propia del

reporterismo y las narrativas audiovisuales, diseñadas para captar y mantener la atención del público.

Los periodistas y los medios forman parte de un ecosistema de actores que posibilita el ejercicio del derecho fundamental a la información. Son, de hecho, quienes lo garantizan. En ese ecosistema también actúan los productores de docuseries de *true crime*, en la medida en que son catalizadores de versiones en torno a hechos ciertos y socialmente relevantes. Todos ellos tienen el derecho y la obligación de elaborar relatos lo más veraces posibles, y para ello han de llegar a sus propias conclusiones, a sus propios juicios, mediante el acceso a diversas fuentes de información.

El término «juicio mediático» ha sido entendido únicamente en una acepción negativa, como sinónimo de un proceso de estigmatización en la esfera pública de quienes son investigados en un procedimiento judicial. Sin embargo, la construcción de versiones en el seno de los medios para la correcta información sobre un caso judicial también supone formular juicios mediáticos, absolutamente legítimos y necesarios. Estos legítimos juicios mediáticos pueden incluso servir como contrapeso a posibles errores o abusos judiciales. Sin embargo, se desvían de su propósito cuando se basan en información parcial, sesgada o incorrecta, perjudicando a los involucrados y distorsionando la percepción pública de la verdad (Sánchez-Esparza; Ordoñez, 2016).

El Tribunal Supremo ha abordado en numerosas ocasiones la existencia de estos juicios paralelos, dando respuesta incluso a abogados defensores que utilizaban este argumento para denunciar que se había vulnera-

do el derecho a la presunción de inocencia de sus defendidos. Así sucedió, por ejemplo, en el juicio por el asesinato del alcalde de Fago (Huesca), un caso tan mediático que llegó a emitirse una serie de televisión incluso antes de conocerse la sentencia del proceso. En su sentencia, la Sala Segunda de lo Penal del Tribunal Supremo consideraba que la publicidad es un elemento esencial de todo proceso, y que «el derecho a comunicar y recibir libremente información veraz abarca e incluye el derecho a informar sobre las actuaciones judiciales, cuando éstas tienen por objetivo un hecho tan noticiable como la aparición del cadáver del alcalde de un pueblo». Para el alto tribunal, la publicación de hipótesis y suposiciones en los medios de comunicación «es una simple consecuencia de la libertad de prensa que constituye una divisa de la sociedad democrática». Sin embargo, en la misma sentencia en la que el tribunal respalda la labor de los medios, se apela a la «autocontención» para evitar que en la representación pública del caso aparezcan como culpables ante la sociedad personas imputadas y que gozan por tanto del derecho a la presunción de inocencia.

Y es que la labor de los informadores es informar, en este caso mediante la construcción de relatos mediante códigos narrativos específicos y enfoques determinados. Estos códigos y enfoques simplifican el contenido del proceso judicial y lo hacen atractivo al gran público. Frente a las normas y códigos del procedimiento judicial, presidido por la lentitud y las garantías, el juicio de los medios es instantáneo, aunque los hechos sean contados sucesivamente, mediante una estructura episódica que añade giros y novedades

a los hechos inicialmente desvelados, manteniendo así a la audiencia cautiva y alimentando su interés por la trama. Los medios lanzan hipótesis y conjeturas, apoyados en gran medida en los datos proporcionados por fuentes oficiales como la policía, la fiscalía o el juzgado, estableciendo así una versión incriminatoria que se arraiga en la opinión pública. El uso de fuentes «oficiosas» supone a menudo aceptar versiones contaminadas de alguna de las partes, que intoxican a los periodistas para lograr una victoria ante el tribunal de la opinión pública. Las redes sociales no hacen sino amplificar esa versión primera de la historia, cuyo impacto es considerablemente mayor que cualquier intento posterior de presentar argumentos a favor del sospechoso.

En este contexto, los dilemas y desafíos que afrontan los medios en la cobertura de estos procesos son en gran medida los mismos que encuentra el *true crime*, dedicado igualmente a la elaboración de historias, aunque en este caso los productores suelen contar con mucho más contexto y con el beneficio del tiempo, que la cobertura acelerada de los medios no ofrece. A priori, estos dilemas deben resolverse en todos los casos con rigor periodístico e investigativo, respeto por la presunción de inocencia de los involucrados y un objetivo claro: la búsqueda de la verdad. Hay que recordar que las verdades y las dudas judiciales no son las verdades periodísticas, pues estas últimas tratan de acreditar la verdad de los hechos, supongan estos una condena o no en sede judicial.

En el caso de los medios, y también de las producciones de *true crime*, uno de los principales dilemas

éticos que inciden en la presunción de inocencia es la distancia a la que los periodistas y los productores deben situarse en relación con las emociones de las víctimas y los afectados, que a menudo se convierten en fuentes de información. En la cobertura de estos procesos se forjan incluso relaciones personales alimentadas por el mutuo interés en dar mayor alcance al caso.

También debe calibrarse la dependencia que se tiene de determinadas fuentes —sobre todo oficiales—, que ofrecen versiones que desplazan la balanza del relato en contra de los investigados. ¿Se debe dudar de las versiones oficiales? El periodista o el productor debe investigar en torno a la verdad de los hechos con equidad, y por eso debe dudar de cualquiera de las versiones, incluidas las oficiales, y cotejar los datos con diversas fuentes. El problema surge cuando no hay otras fuentes de información, y el relato sobre los hechos delictivos queda mediatizado por esas versiones oficiales, donde los investigados son inculpa-

Los límites en la aplicación del derecho ciudadano a la presunción de inocencia no siempre están claros. Así sucede, por ejemplo, en el tratamiento de los casos de la llamada violencia vicaria, aquella que se provoca para hacer un daño a la expareja a través del maltrato o asesinato de los hijos. ¿Tiene sentido tratar como «presunto» a un padre o una madre que ha asesinado a sus hijos y luego se ha suicidado? ¿Es justo para la víctima que queda viva ese tratamiento de su agresor? El agresor que ha fallecido también es legalmente presunto hasta que no haya una sentencia en su contra.

¿Pero debe respetar el relato la presunción de inocencia de quien ha sido encontrado ensangrentado y con un cuchillo entre las manos? Los periodistas y creadores de docuseries no son abogados, y su labor social no es dictar una sentencia sobre el caso, sino narrarlo de la manera más ecuánime y correcta posible.

Por otra parte, la presunción de inocencia puede verse lesionada en el *true crime* por la necesidad de capturar la atención del espectador, lo que lleva a los productores a jugar con estrategias narrativas que provocan la intriga, y que hacen que el espectador sospeche, o que interprete como culpable a quien, en ocasiones, no ha sido condenado por un tribunal.

En muchas producciones, el sospechoso aparece como el antagonista natural de la historia. La estructura narrativa del *true crime* —con su énfasis en crear suspense, ofrecer giros inesperados y plantear hipótesis sugerentes— fomenta la construcción de personajes que encarnen roles claros dentro del relato. En este proceso, la figura del sospechoso se configura a menudo como «villano probable», incluso cuando las pruebas reales son ambiguas o insuficientes. Greer y Reiner (2012) advierten que los medios tienden a rellenar vacíos informativos generando relatos coherentes, aunque no verificados, lo que conduce a teorías e interpretaciones prematuras que condicionan la percepción del público.

El problema se intensifica mediante los recursos audiovisuales. La música ominosa, los encuadres cerrados, la repetición de fragmentos incriminatorios o la edición selectiva de testimonios provocan una atmósfera emocional que predispone al espectador ha-

cia conclusiones determinadas. Jewkes (2015) subraya que el tratamiento mediático del crimen activa sesgos cognitivos, como la tendencia a buscar patrones de culpabilidad incluso en conductas neutras. Estas estrategias refuerzan la cultura del sensacionalismo, reduciendo la complejidad de los casos y fomentando un consumo acrítico de narrativas criminales.

Esta construcción audiovisual no solo moldea la opinión pública, sino que puede impactar también en la justicia. Aunque los jueces y jurados están obligados a juzgar únicamente sobre la base de las pruebas presentadas en sala, es imposible ignorar el impacto del entorno mediático. En los denominados «casos mediáticos», la opinión pública ejerce una presión considerable sobre el sistema judicial, generando expectativas sobre la culpabilidad o inocencia de determinadas personas. Este fenómeno lesiona el derecho a un proceso justo, pues instala en la ciudadanía una idea sobre los protagonistas del caso, que puede afectar a quienes han de decidir en torno a esas personas.

La situación se agrava en el ecosistema digital contemporáneo. Tras la emisión de un episodio de *true crime*, miles de espectadores comentan, analizan y juzgan públicamente los hechos en redes sociales. La viralidad amplifica cualquier detalle interpretado como sospechoso, convirtiendo a individuos sin formación jurídica en comentaristas influyentes del caso. Este fenómeno, aunque a menudo bienintencionado, produce un clima donde las emociones y las intuiciones sustituyen al análisis riguroso. Esta proliferación de opiniones contribuye a erosionar la legitimidad del proceso judicial, pues genera la ilusión de que la justi-

cia debería responder al «sentido común» en lugar de a la ley y a las pruebas.

Otro aspecto fundamental es la omisión de información contextual. Muchas producciones enfatizan comportamientos que parecen incriminatorios, como reacciones emocionales «inusuales», dificultades para responder preguntas o contradicciones menores en el testimonio. Sin embargo, estos comportamientos pueden estar asociados al trauma, al estrés o a factores psicológicos complejos que nada tienen que ver con la culpabilidad. Igartua (2007) señala que la audiencia tiende a interpretar las emociones en pantalla de manera lineal, sin considerar las variaciones culturales, temperamentales o situacionales. Cuando el *true crime* explota estas señales visuales para construir suspense, perjudica gravemente el derecho del sospechoso a ser comprendido en toda su complejidad humana.

Además, la narrativa del sospechoso como antihéroe puede producir daños irreversibles, incluso si la persona es finalmente exonerada. El contenido *online* permanece indefinidamente accesible: búsquedas futuras seguirán asociando a esa persona con el caso. La marca digital del estigma es difícil de erradicar, especialmente cuando las producciones han alcanzado una amplia difusión. El impacto reputacional, social y emocional puede perdurar durante años, mucho después de que la justicia haya limpiado el nombre del implicado.

Frente a estos riesgos, un *true crime* ético debe adoptar medidas concretas para proteger la presunción de inocencia. En primer lugar, debe diferenciar claramente entre hechos, hipótesis policiales y teorías narrativas. También debe buscar el contraste de fuentes, for-

mular juicios cargados de fundamento y justificados ante la audiencia, evitar la dramatización de indicios ambiguos y contextualizar cualquier comportamiento que pueda resultar susceptible de interpretaciones erróneas. Ward (2016) sostiene que la ética periodística se fundamenta en la transparencia, un principio que debería guiar toda representación mediática del crimen.

Además, resulta esencial incluir voces expertas —juristas, criminólogos, psicólogos— que ayuden al espectador a distinguir entre análisis fundamentado y mera especulación. La idea es que las producciones mediáticas asuman un compromiso activo con el rigor, ofreciendo información clara sobre el estado procesal del caso y evitando cualquier declaración que sugiera culpabilidad antes del veredicto judicial.

En última instancia, la presunción de inocencia no es solo un principio jurídico, sino una defensa contra la injusticia simbólica. Un *true crime* responsable debe recordar que el entretenimiento jamás puede situarse por encima de la dignidad humana. La historia, por muy cautivadora que resulte, no debe escribirse a costa de convertir a personas reales en villanos antes de tiempo.

## Privacidad de víctimas y sospechosos

La privacidad es uno de los derechos más invocados en la sociedad actual, y al mismo tiempo, de los más vulnerados. Su respeto es indispensable para proteger la autonomía, la dignidad y la seguridad de las personas. En las producciones de *true crime*, sin embargo, la privacidad de víctimas, sospechosos y allegados se ve a menudo comprometida debido al uso intensivo de materiales íntimos: fotografías personales, correspondencias privadas, informes médicos, datos policiales o vídeos familiares. Aunque algunos de estos documentos formen parte de expedientes públicos, su difusión masiva transforma profundamente su significado. Como advierte Solove (2007), el problema no reside solo en el acceso a la información, sino en la manera en que ésta se amplifica, recontextualiza y circula en el espacio virtual.

En el caso de las víctimas, la exposición mediática puede resultar especialmente dolorosa. Las imágenes utilizadas para representar a la persona fallecida —fotos extraídas de redes sociales, vídeos familiares, registros de momentos privados— pasan a formar parte de un discurso narrativo que no siempre respeta su dignidad. Los medios suelen seleccionar fotografías que

generen impacto emocional, lo que puede conducir a una representación superficial o estereotipada de la víctima. En muchos casos, estas imágenes se convierten en iconos mediáticos que simplifican la complejidad del individuo real.

En el caso de los sospechosos, la violación de la privacidad puede tener consecuencias devastadoras. La difusión de datos personales —dirección, empleo, rutinas, antecedentes familiares— puede generar estigma social, acoso e incluso riesgos físicos. Nissenbaum (2010) sostiene que la privacidad depende del contexto: un dato que es legítimo en un informe policial puede convertirse en un daño grave cuando se difunde sin restricciones ante una audiencia global. Esta exposición mediática puede vulnerar derechos fundamentales como el honor y la propia imagen, especialmente cuando la persona aún no ha sido condenada.

La representación audiovisual también desempeña un papel relevante. Las producciones suelen utilizar imágenes de archivo, montajes simbólicos o recreaciones dramatizadas que sugieren patrones de comportamiento, estados emocionales o rasgos de personalidad. Según Igartua (2007), los espectadores tienden a interpretar estas señales como hechos verificables, incluso cuando se trata de recursos estilísticos. Así, la narrativa audiovisual puede construir versiones distorsionadas de la vida privada de una persona.

Otro aspecto problemático es la permanente disponibilidad del contenido en internet. Una vez que una historia se publica, su difusión resulta prácticamente imposible de controlar. Esta «persistencia digital» transforma por completo la relación entre privacidad

e identidad: lo que antes desaparecía con el tiempo, ahora permanece indefinidamente. Para familiares de víctimas y sospechosos, esto significa una exposición continua que puede dificultar procesos de duelo o re-integración social.

Además de la dimensión emocional, existen riesgos materiales. La difusión de domicilios, lugares frecuentados, nombres de familiares o perfiles en redes sociales puede facilitar el acoso, la vigilancia no deseada o las amenazas, potenciando comportamientos intrusivos que llegan a poner en riesgo la seguridad personal. En el contexto del *true crime*, donde la audiencia puede sentirse «involucrada» en la investigación, estos riesgos se multiplican.

Ante estos problemas, la ética del *true crime* exige un enfoque de reducción del daño. Ward (2016) destaca que los comunicadores deben evaluar si la información privada es necesaria para comprender el caso o si su inclusión obedece únicamente al morbo narrativo. Sin duda, los medios y los productores deben adoptar criterios explícitos para proteger la intimidad, evitando mostrar imágenes sensibles sin autorización, y anonimizar datos irrelevantes para la comprensión del crimen.

Por otro lado, la privacidad no debe entenderse como un obstáculo para el derecho a la información sino como un elemento que debe integrarse en decisiones editoriales responsables. Hay que tener en cuenta los efectos colaterales de la difusión de información penal, especialmente cuando afecta a personas que no han cometido delito alguno. El derecho a la intimidad debe equilibrarse con el derecho a la

información, pero nunca debe subordinarse al entretenimiento.

En última instancia, el *true crime* responsable debe reconocer que trabaja con vidas reales. La historia que se narra tiene un impacto profundo en la memoria pública, en la reputación de los implicados y en el bienestar emocional de quienes ya sufrieron una tragedia. Respetar la privacidad no es solo un deber ético: es un acto de humanidad.

## Impacto en investigaciones activas

El impacto que las producciones de *true crime* pueden tener en investigaciones abiertas constituye otro de los dilemas éticos del género, que en este caso no se limita a cuestiones de imagen pública. En este caso la cuestión es si estas producciones pueden repercutir en la buena marcha de un procedimiento, obstaculizando las investigaciones y el trabajo policial y judicial. Cuando un caso está abierto, los tribunales decretan en ocasiones el llamado secreto del sumario precisamente para garantizar el éxito de las pesquisas de los investigadores, que necesitan poder trabajar sin intrusiones de los propios investigados o presiones en la opinión pública.

El secreto del sumario, sin embargo, es roto sistemáticamente por las partes, e incluso por los propios responsables de las investigaciones, que en ocasiones desean filtrar determinada versión a la opinión pública. Este secreto solo está justificado en la fase inicial de las investigaciones, pues posteriormente una de las garantías de todo proceso justo es la publicidad de las actuaciones judiciales, es decir, que todo lo que se dirima sobre personas investigadas esté a la vista, para impedir precisamente cualquier arbitrariedad.

Los medios, en este sentido, garantizan también esa publicidad.

La cuestión problemática no es la información en sí, ni los relatos en torno a un caso, sino si divulgar el contenido de un procedimiento puede influir en el progreso de la investigación, en la preservación de las pruebas, en la conducta de los sospechosos y en la fiabilidad de los testigos. Esto puede depender en gran medida de los tiempos en que esto se hace. Por ello este dilema se plantea más a menudo en las crónicas de los medios de comunicación que en una producción de *true crime*.

El conflicto central en este caso se sitúa entre el interés informativo y narrativo de los medios —incluidas las producciones de entretenimiento— y la necesidad de confidencialidad, prudencia y rigor que exigen los procesos penales en curso.

Las producciones de *true crime* suelen llegar cuando ha pasado un tiempo desde que arrancaron las pesquisas policiales, e incluso cuando los casos ya han sido juzgados y sentenciados. En este caso no existe una interferencia como tal en el trabajo de jueces y agentes de los cuerpos y fuerzas de seguridad del Estado. Sin embargo, en algunas ocasiones han llegado a coincidir en el tiempo la celebración de juicios y la aparición de una docuserie sobre el caso, cuya difusión impacta en la representación social sobre los implicados, y en ocasiones pueden influir en los operadores judiciales, jurados, jueces, fiscales, abogados, etcétera. Un ejemplo es el caso del asesinato del alcalde de Fago, ya mencionado anteriormente, o la miniserie que RTVE estrenó en pleno juicio sobre el caso Malaya. En el primer caso,

la miniserie de tres capítulos fue incautada por el juez para su visionado previo al estreno, tras la petición de la familia del exregidor, que consideraba que podría interferir en el proceso judicial. El juez finalmente autorizó su estreno, que se produjo el 9 de marzo de 2008, meses antes de la celebración del juicio oral (Eldiario.es, 2008). Por su parte, la miniserie «Operación Malaya» se estrenó el 10 de enero de 2011, en plena celebración de la vista oral del macrojuicio en la Audiencia Provincial de Málaga, lo que suscitó las críticas y quejas de los letrados de varios de los acusados, por el posible perjuicio a su imagen y derecho a la presunción de inocencia (Eldiario.es, 2011).

La interferencia más perjudicial se produce cuando las producciones difunden teorías especulativas, hipótesis no verificadas o reconstrucciones detalladas de los hechos que apuntalan versiones alternativas. Para mantener la atención del público, muchos programas introducen posibles móviles, sospechosos «probables» o conexiones narrativas que todavía no han sido confirmadas por la policía o la fiscalía. Turner (2022) advierte que incluso datos aparentemente secundarios —el momento aproximado de un registro, ciertos detalles de una prueba o la identificación informal de un testigo— pueden condicionar la conducta de los verdaderos autores, inducir a la destrucción de evidencias o alterar patrones que los investigadores estaban observando discretamente, siempre que la difusión de estos datos se produzca en la fase de instrucción de estos procesos.

Otro foco de riesgo es la influencia de estas narrativas sobre la memoria de los testigos. La psicología ha

demostrado que la exposición a información nueva y emocionalmente intensa puede modificar los recuerdos originales, fenómeno conocido como *misinformation effect* (Loftus, 2005). Cuando un testigo ve una serie o documental sobre el caso en el que participa, puede incorporar detalles ficticios o interpretaciones ajenas a su propio recuerdo, debilitando la calidad probatoria de su testimonio.

La presión mediática general puede generar expectativas sociales sobre la rápida resolución del caso o la culpabilidad de determinadas personas. Greer y Reiner (2012) describen a los medios como «actores judiciales simbólicos» que contribuyen a crear climas de opinión difíciles de ignorar. Desde la criminología, Rodrigo-Alsina (1999) señala que estas presiones pueden influir en las decisiones de fiscales y jueces, favoreciendo estrategias más reactivas o visibles, pero no necesariamente más eficaces o ajustadas a derecho. Esto puede aplicarse igualmente para las producciones audiovisuales que van apareciendo durante el arco temporal en el que se desarrolla todo el proceso.

La búsqueda de exclusivas agrava aún más la situación. Para diferenciarse de la competencia, algunos proyectos de *true crime* recurren a filtraciones procedentes de fuentes internas, vecinos o personas periféricas al caso.

Un fenómeno reciente ligado al impacto del *true crime* en investigaciones activas es el auge de los «detectives aficionados». Movidos por el interés o el deseo de participar, algunos espectadores se organizan en redes sociales para compartir teorías, «investigar» perfiles y rastrear información sobre el caso. Turner (2022) do-

cumenta que esta movilización puede generar acusaciones infundadas, acoso a personas inocentes e incluso interferencia directa en escenas del crimen o lugares relevantes para la investigación.

Dentro de este capítulo cabe incluir los intentos de personas que han sido enjuiciadas y condenadas por justificarse ante la opinión pública y dar un giro al relato inicial que se formuló ante ella, y donde se les dibujó como villanos. En este sentido, el género registra una tendencia a dar voz a estos personajes, a menudo culpables, que aprovechan el éxito de estas narrativas para generar hacia ellos empatía social, e intentar si es posible la reapertura de sus casos, o la obtención de determinadas rebajas o permisos penitenciarios. Un ejemplo es el caso de *Monstruos: La historia de Lyle y Erik Menéndez*. Los hermanos, que asesinaron a tiros a sus padres en su mansión de Beverly Hills en 1989, llevan 35 años en prisión. Tras el lanzamiento de la exitosa serie de ficción en Netflix y su correspondiente docuserie, aprovecharon el impacto social y la empatía generada para solicitar la revisión de su condena. Lo lograron en mayo de 2025, cuando un juez conmutó la pena de cadena perpetua por otra de 50 años de cárcel. Sin embargo, no han obtenido por ahora la libertad provisional, que también solicitaron (Sánchez-Esparza; Méndiz, 2025b).

Desde la ética profesional, las producciones de *true crime* deben asumir su responsabilidad frente a este escenario. Así, en el contexto de investigaciones activas, esto implica evitar la difusión de detalles operativos sensibles, abstenerse de presentar hipótesis como hechos probados y consultar a especialistas en derecho

penal o criminología antes de publicar información sensible. Sería deseable que los medios y los productores de estas series adoptasen protocolos internos claros para el tratamiento de casos abiertos, de modo que el afán narrativo no prevaleciera sobre la necesidad de no obstaculizar la acción de la justicia.

En definitiva, las producciones de *true crime* deben comprender que su relato no existe en el vacío. Puede influir en la conducta de sospechosos, en la memoria de testigos, en las decisiones de las autoridades y, en última instancia, en el desenlace judicial. El entretenimiento nunca debería situarse por encima de la verdad jurídica ni del derecho de las víctimas a un proceso sólido, imparcial y eficaz. La justicia no es una trama televisiva, sino un proceso frágil que exige responsabilidad por parte de todos los actores, incluidos los mediáticos.

## Explotación comercial del dolor

Uno de los dilemas éticos más incómodos del *true crime* es la explotación comercial del dolor, porque obliga a preguntarse qué lugar ocupa el sufrimiento humano en una industria basada en la atención y el beneficio económico. Este dilema aparece cuando tragedias reales —asesinatos, desapariciones, agresiones— se transforman en productos de entretenimiento: documentales, series, pódcast, libros, eventos en vivo, campañas de *merchandising*. Como advierte Surette (2011), el crimen se ha convertido en un activo altamente rentable dentro de la economía mediática, lo que genera tensiones entre el interés público, la vocación informativa y las lógicas del mercado.

En el centro del problema se encuentra la profunda desigualdad de poder entre las productoras y las familias de las víctimas. Aufderheide, Jaszi y Chandra (2009) señalan que, aunque se solicite consentimiento, este puede estar condicionado por el desconocimiento, la vulnerabilidad emocional o la falta de alternativas reales. En muchos casos, las familias acceden a participar sin comprender el alcance global de la difusión ni las posibles apropiaciones posteriores de su historia.

Otra cara de esta explotación es la mercantilización explícita del dolor: venta de productos asociados al caso, campañas publicitarias que utilizan la imagen de las víctimas, contenidos adicionales de pago, etcétera. Schmid (2005) ha analizado cómo ciertos crímenes se transforman en «marcas narrativas», con iconografías y estructuras reconocibles que se replican en distintos formatos. La tragedia deja de ser un acontecimiento único para convertirse en un recurso reutilizable dentro de un catálogo de horrores. Este proceso de mercantilización del sufrimiento es una forma de violencia simbólica añadida a la ya sufrida por las víctimas reales.

La lógica del impacto también afecta al tratamiento narrativo. Con frecuencia, las producciones privilegian detalles escabrosos, reconstrucciones gráficas y giros dramáticos para mantener la atención. El uso de la violencia como recurso estético puede generar una distancia emocional entre el espectador y la víctima: el dolor se percibe como parte de un espectáculo fascinante más que como una realidad que interpela éticamente.

La explotación comercial del dolor no se limita a las víctimas directas, sino que se extiende a sus allegados e incluso a las familias de los perpetradores. Estas últimas pueden sufrir estigmatización, rechazo social o pérdidas económicas derivadas de la exposición mediática. Peelo (2006) y Jewkes (2015) coinciden en que la narrativa criminal tiende a simplificar identidades complejas, ignorando que alrededor de cada autor hay también una red de personas que pueden resultar gravemente dañadas por la exposición pública.

La dimensión *online* de los procesos comunicativos actuales agrava el dilema. El contenido no desaparece: se reemite, se comenta, se remezcla, se parodia. Las imágenes y representaciones del crimen se multiplican y aparecen asociadas a distintos formatos. Cada nueva visualización reactiva el dolor para quienes están vinculados al caso. Y así, la dinámica de la viralidad convierte episodios traumáticos en referencias culturales recurrentes, lo cual dificulta el duelo y la reconstrucción de la vida cotidiana de los afectados. La explotación no es solo puntual, sino sostenida en el tiempo.

Desde la ética de la comunicación, varios autores han defendido la necesidad de evaluar el «valor añadido» de las producciones de *true crime*. ¿Aportan elementos de comprensión social, histórica o jurídica? ¿Favorecen la prevención, la memoria crítica, el cuestionamiento de fallos estructurales? ¿O se limitan a empaquetar el sufrimiento como entretenimiento? Ward (2016) sugiere que el principio de humanidad debe orientar las decisiones editoriales: no utilizar a las personas como medios, sino reconocerlas como fines en sí mismas. Está claro que el periodismo —y, por extensión, las narrativas que beben de él— debe armonizar siempre el derecho a la información con el respeto a la dignidad.

En resumen, la explotación comercial del dolor revela una tensión constante entre mercado y ética. El *true crime* tiene potencial para visibilizar injusticias, cuestionar instituciones y fomentar empatía; pero cuando se deja arrastrar por la lógica del beneficio a cualquier precio, se convierte en una forma sofisticada

de apropiación del sufrimiento ajeno. La responsabilidad de evitarlo recae tanto en quienes producen como en quienes consumen estos contenidos. La pregunta no es solo qué se cuenta, sino a costa de quién.

## Uso de imágenes y archivos sensibles

El uso de material sensible en producciones de *true crime* tiene una enorme capacidad de moldear la percepción del espectador y, al mismo tiempo, generar daños irreversibles en víctimas, familiares y comunidades. El auge de las plataformas *online* ha intensificado este problema: materiales que antes permanecían en expedientes policiales, registros forenses o archivos judiciales se difunden ahora de forma masiva, inmediata y global. Esta circulación transforma radicalmente el sentido original de las imágenes, pues aquello que fue captado con fines técnicos o probatorios pasa a convertirse en un componente narrativo, susceptible de manipulación estética o emocional.

A primera vista, la inclusión de imágenes reales parece dotar al relato de veracidad y realismo. Fotografías de escenas del crimen, vídeos policiales, llamadas de emergencia o informes periciales pueden ayudar a contextualizar un caso y a comprender sus dinámicas. Sin embargo, esta apariencia de autenticidad oculta un riesgo: la deshumanización del sufrimiento. Mostrar cuerpos, sangre, objetos personales dañados o grabaciones íntimas puede convertir lo que es evidencia legal en un espectáculo visual. Garrido (2024)

advierte que la exhibición de materiales sensibles no solo puede vulnerar la dignidad de las víctimas, sino que contribuye a una cultura de consumo morboso en la que la violencia adquiere una función de entretenimiento.

Otro aspecto fundamental del dilema concierne al permiso para el uso de este material y a la función original de los archivos. Muchos de estos materiales no fueron creados con la intención de ser difundidos públicamente. Fotografías forenses, autopsias, grabaciones policiales o documentos judiciales pertenecen a contextos institucionales que exigen confidencialidad, respeto y un uso limitado. Trasladar estos archivos a la narrativa mediática sin considerar su propósito inicial constituye una forma de «descontextualización ética», en la que la imagen pierde su dimensión técnica y adquiere un valor dramático o sensacionalista. La divulgación de imágenes judiciales debe guiarse por el principio de minimización del daño, dado que incluso la información «pública» puede tener efectos devastadores.

Además de la aprobación institucional, está la aprobación emocional y moral de las familias. En muchos casos, los allegados no desean que las imágenes de sus seres queridos fallecidos circulen libremente, especialmente cuando éstas son violentas o muestran momentos de extrema vulnerabilidad. Cámara (2020) subraya que el respeto a la intimidad *post mortem* —un concepto que, aunque complejo en términos legales, tiene enorme relevancia ética— debe prevalecer sobre cualquier interés narrativo o comercial. La naturaleza irreversible de la difusión en internet implica que,

una vez publicada una imagen, su control se pierde para siempre: puede ser compartida, editada, sacada de contexto o usada con fines ajenos al documental original.

Otro riesgo ético relevante es la insensibilización del espectador. La exposición repetida a materiales gráficos puede normalizar la violencia o reducir el impacto emocional que debería generar. Igartua (2007) ha demostrado que repetidas representaciones audiovisuales intensas pueden modificar los procesos empáticos del espectador, generando una especie de fatiga emocional o, por el contrario, estimulando un consumo cada vez más morboso. En ambos casos, la consecuencia es negativa: el dolor real se convierte en un objeto visual desligado de su significado humano.

Asimismo, debe considerarse el impacto que estas imágenes tienen en los familiares, quienes pueden revivir el trauma cada vez que el documental circula nuevamente en redes sociales.

Una gestión ética del material sensible requiere varios pasos. En primer lugar, la evaluación rigurosa de si la imagen es realmente indispensable para la comprensión del caso. En segundo lugar, la aplicación sistemática de medidas como el difuminado de rostros, el recorte de elementos innecesarios, la omisión de detalles explícitos o la sustitución por recreaciones respetuosas. En tercer lugar, la contextualización: las imágenes no deben presentarse aisladas, sino acompañadas de explicaciones claras que justifiquen su uso. Y, finalmente, la advertencia al público. Varios autores señalan que la honestidad con la audiencia —incluidas advertencias previas a contenido

sensible— es una obligación moral, no una cortesía opcional.

Por último, es necesario reconocer que las imágenes sensibles no solo afectan a quienes aparecen en ellas, sino también a la sociedad en su conjunto. La difusión de violencia real puede modificar percepciones sobre seguridad, justicia o criminalidad, contribuyendo a climas sociales de miedo o desconfianza (Surette, 2011). Desde esta perspectiva, la responsabilidad editorial debe ser proporcional al impacto cultural y emocional del material publicado.

En síntesis, el uso de imágenes y archivos sensibles en el *true crime* exige una reflexión profunda sobre dignidad, privacidad, autorización y función social del relato. Mostrar menos, contextualizar más y priorizar la dignidad humana sobre el impacto visual son principios esenciales para un enfoque ético y responsable.

## Narrativas sesgadas

Las narrativas sesgadas son difíciles de identificar por parte del espectador y, en ocasiones, resultan estratégicamente útiles para los equipos de producción. Toda narración implica selección: se eligen unos hechos y se descartan otros; se jerarquizan testimonios; se decide qué elementos se enfatizan y cuáles se atenúan. Sin embargo, cuando estas decisiones responden a intereses comerciales, ideológicos o estéticos, el resultado puede ser profundamente distorsionador. Nichols (2017) ha señalado que incluso los documentales más «objetivos» son, en última instancia, construcciones narrativas sometidas a decisiones editoriales.

En el *true crime*, el sesgo narrativo puede manifestarse de múltiples maneras. Una de las más frecuentes es la edición selectiva, mediante la cual se eliminan fragmentos que podrían complejizar la historia o contradecir la hipótesis principal. Jewkes (2015) advierte que esta estrategia puede reforzar estereotipos sobre víctimas o perpetradores, simplificando dinámicas sociales complejas. Méndiz y Sánchez-Esparza (2024) señalan la importancia del *framing* desde el cual se cuenta la historia e identifican hasta 14 *frames* recurrentes en el actual relato de acciones criminales

que tienden a acrecentar los estereotipos en los relatos *true crime*. De hecho, los programas televisivos sobre crímenes suelen encajar los hechos en guiones predefinidos, donde ciertos perfiles sociales aparecen sobrerrepresentados como peligrosos o moralmente ambiguos.

Otra forma de sesgo consiste en presentar opiniones como hechos. La voz en *off*, los testimonios seleccionados, la música dramática y los encuadres visuales contribuyen a construir una atmósfera interpretativa que orienta al espectador hacia conclusiones específicas. Igartua (2007) explica que el espectador tiende a confiar en la coherencia emocional del relato y no en la evidencia empírica, lo que genera una forma sutil pero poderosa de persuasión narrativa. Esta tendencia contribuye a la formación de «relatos dominantes», donde se refuerzan ciertas versiones del crimen en detrimento de otras, independientemente de su rigor.

El sesgo narrativo también puede derivar de limitaciones de acceso. Cuando solo se dispone de ciertos testimonios o documentos, el relato se construye cerrado en torno a ellos. Sin embargo, esta práctica puede invisibilizar perspectivas alternativas o contradictorias. Con mucha frecuencia, la cobertura mediática de casos penales suele favorecer la versión institucional —policial o fiscal—, lo que reduce la pluralidad interpretativa y favorece lecturas unilaterales.

Las consecuencias de estas narrativas sesgadas pueden ser graves. Pueden perjudicar reputaciones, alimentar campañas de acoso, influir en la opinión pública o incluso afectar a procesos judiciales en curso. Nichols (2017) advierte que, debido al prestigio cul-

tural del documental, el espectador suele asumir que lo que ve es un reflejo fiel de la realidad. Cuando este pacto de confianza se rompe, las producciones no solo desinforman, sino que erosionan la legitimidad del género.

En este sentido, Sánchez-Esparza y Méndiz (2025a) han estudiado un caso paradigmático: el mediático crimen de la Guardia Urbana de Barcelona que es narrado de formas muy diferentes en tres tipos de *true crime*: la producción de TV3 *Crimis*, que adopta la posición de narrador objetivo y trata de hacer comprensible un caso muy polémico, a través del cotejo de las diferentes versiones; la serie documental de Netflix *Las cintas de Rosa Peral*, que trata de blanquear la conducta de la asesina, privilegiando su relato y sugiriendo que ha sido una víctima del machismo y de juicios paralelos, y la serie de ficción *El cuerpo en llamas*, también de Netflix, donde se dibuja a la acusada, Rosa Peral, como una persona totalmente distinta: fría, sin escrúpulos y con una conducta libidinosa y siniestra que hace imposible cualquier redención.

La ética del *true crime* exige, por tanto, mecanismos concretos para evitar el sesgo. Entre ellos: diversificar fuentes, incluir voces críticas o discordantes, mostrar contradicciones sin temor a «romper» la narrativa, contextualizar los hechos y aclarar qué elementos son interpretación. La honestidad editorial —incluida la admisión explícita de incertidumbres— fortalece la credibilidad y el valor informativo de una obra.

En última instancia, un *true crime* responsable debe reconocer que contar una historia no equivale a poseer la verdad. La construcción narrativa no es un acto

neutro, sino un proceso cargado de decisiones éticas. La obligación de quien narra no es ofrecer una versión cerrada y emocionalmente satisfactoria, sino permitir que el espectador acceda a la complejidad del caso en sus propios términos.

## Estereotipos y prejuicios

El *true crime* contemporáneo se ha convertido en un espacio narrativo que no solo reproduce hechos criminales, sino que los reorganiza dentro de estructuras simbólicas que pueden reforzar estereotipos de género, clase, etnia o nacionalidad. Este fenómeno no siempre responde a una intención explícita, pero emerge de la propia lógica narrativa, que simplifica personajes y contextos para asegurar coherencia, tensión dramática y claridad interpretativa. Cuando estas simplificaciones coinciden con prejuicios sociales arraigados, el resultado puede ser una representación distorsionada de comunidades enteras. Chiricos y Eschholz (2002) demostraron que la asociación reiterada entre ciertos grupos raciales y el delito en los medios contribuye significativamente al fortalecimiento de estereotipos negativos, influyendo en las actitudes del público y en políticas de seguridad más punitivas.

Una de las manifestaciones más frecuentes de este problema es la creación de perfiles criminales estandarizados. La televisión, el cine y las narrativas documentales suelen presentar a los perpetradores como hombres jóvenes, de clases trabajadoras o pertenecientes a minorías étnicas (Fernández, 2020). De igual manera,

el género suele privilegiar un tipo concreto de víctimas rodeadas de vulnerabilidad. Como señalan Méndiz y Sánchez-Esparza (2024) es más frecuente que se haga una producción audiovisual cuando la víctima es una mujer joven y cargada de belleza. También si se trata de niños, cuyas imágenes transmiten inocencia.

Aunque estas representaciones puedan basarse en determinados patrones criminológicos, su reiteración constante produce una equivalencia simbólica peligrosa: se asocia criminalidad con grupos específicos, incluso cuando los datos reales muestran una mayor diversidad de perfiles. Esta sobrerrepresentación mediática crea un espejo distorsionado de la realidad social, donde ciertos colectivos aparecen como potencialmente peligrosos de forma sistemática.

Muchas producciones representan a las víctimas a través de estereotipos que privilegian ciertos modelos de «inocencia». Mujeres jóvenes, blancas, bellas, de clase media o alta, suelen recibir narrativas más empáticas y detalladas, mientras que las víctimas racializadas, pobres o con estilos de vida no normativos aparecen con menor profundidad o incluso con sospecha implícita. Peck (2018) explica que esta jerarquización de víctimas forma parte de una estética narrativa que responde tanto a expectativas de la audiencia como a prejuicios estructurales. Estos prejuicios tienen relación también con las narrativas dominantes en cada país. En su día, Noam Chomsky y Edward S. Herman ya estudiaron el diferente tratamiento mediático ofrecido a las víctimas de diversos conflictos bélicos, en función de los intereses geoestratégicos del país donde estuviera radicado el medio. En su trabajo «Víctimas

dignas e indignas», incluido en el libro *Los guardianes de la libertad* (1990), estos autores comparaban mediante un estudio cuantitativo el diferente trato ofrecido en los medios estadounidenses al asesinato del sacerdote polaco Jerzy Popieluszko, perseguido por las autoridades soviéticas, y el ofrecido en el mismo país en torno al asesinato de cien víctimas religiosas en países de América Latina.

Así pues, existen víctimas que suscitan mayor indignación o repulsa que otras, en ocasiones por prejuicios ligados a las narrativas habitualmente consumidas, y existen también diferentes tratamientos mediáticos. Hay, por tanto, víctimas más propicias para la construcción de determinadas narrativas que otras. En España se observa un patrón similar: las víctimas más «simbolizables» reciben mayor atención mediática, independientemente de la gravedad objetiva del crimen.

Otro factor que refuerza estos estereotipos es la simplificación narrativa. Para construir relatos claros y emocionalmente potentes, muchos documentales reducen a los participantes a figuras arquetípicas: el «vecino peligroso», la «madre negligente», el «adolescente conflictivo». Estas etiquetas no solo reducen la complejidad de los individuos, sino que naturalizan prejuicios sociales preexistentes. De esta manera, el público asume que se encuentra ante verdades empíricas y no ante construcciones narrativas.

La elección de los casos también alimenta desigualdades representacionales. Los crímenes que afectan a personas de alto capital social, como personajes públicos, suelen recibir más recursos de producción, mayor cobertura y mejores tratamientos estéticos. Por el

contrario, los casos que involucran a víctimas de grupos marginales reciben menor atención o se presentan de manera fugaz. Esta asimetría refuerza jerarquías simbólicas sobre qué vidas merecen ser contadas con dignidad y cuáles pueden permanecer en la sombra. La consecuencia es una memoria social selectiva que perpetúa la invisibilidad de ciertas formas de violencia estructural.

El problema no se limita a la representación de víctimas y sospechosos, sino que afecta también a la interpretación del crimen y sus causas. Surette (2011) plantea que el *true crime*, al priorizar elementos dramáticos por encima de contextos sociológicos, contribuye a una percepción individualista del delito. La necesidad narrativa de buscar un antagonista dificulta que se produzcan series sobre grupos criminales.

Además, los estereotipos mediáticos pueden tener consecuencias prácticas. En investigaciones reales, la percepción pública influye en la presión mediática sobre fiscales y policías, orientando recursos hacia casos «mediáticos» y dejando de lado otros igualmente graves. Estas decisiones no siempre se basan en criterios de justicia, sino en expectativas narrativas construidas por el propio ecosistema mediático.

Combatir estos prejuicios exige una reflexión profunda sobre las prácticas narrativas. El *true crime* ético debe diversificar sus fuentes, incluir especialistas en justicia social, contextualizar la violencia dentro de marcos más amplios y renunciar a representaciones simplificadas que perpetúan desigualdades.

El desafío, en última instancia, consiste en reconocer que narrar un crimen no es solo relatar hechos,

sino intervenir en imaginarios sociales. Cuando estas narrativas se reproducen sin conciencia crítica, pueden reforzar prejuicios estructurales con impacto real en la vida de comunidades vulnerables. El compromiso ético requiere, por tanto, representaciones complejas, diversas y contextualizadas que eviten alimentar estereotipos dañinos.



## Interferir en la vida de personas no públicas

Vecinos, compañeros de trabajo, agentes locales, testigos circunstanciales o individuos que aparecen incidentalmente en imágenes de archivo pueden verse arrastrados a un escrutinio mediático que afecte su privacidad, su reputación y su bienestar emocional, aunque no sean los protagonistas directos del caso. En una era donde cada fragmento audiovisual puede viralizarse en segundos, la exposición involuntaria se convierte en un riesgo grave con consecuencias difíciles de revertir.

El primer nivel de afectación surge cuando individuos no públicos son identificados explícitamente en documentales, series o pódcast. Sus testimonios, rostros o datos personales pueden quedar disponibles al gran público, generando consecuencias laborales, sociales o familiares. Aufderheide, Jaszi y Chandra (2009) demostraron que muchas personas aceptan participar en documentales sin comprender plenamente la magnitud de la difusión, confiando en que su rol será secundario o anecdótico. Sin embargo, el montaje narrativo puede convertirlas en figuras controvertidas o en objetos de escrutinio moral, incluso cuando su participación en los hechos haya sido mínima o inexistente.

Por lo general, el consentimiento de las personas no públicas suele ser un consentimiento «débil», dado que carecen de información técnica, asesoramiento legal o experiencia mediática para valorar adecuadamente los riesgos. Además, la presión emocional —deseo de ayudar, de honrar a una víctima o de aclarar malentendidos— puede llevarlas a aceptar entrevistas sin evaluar las repercusiones a largo plazo.

El segundo nivel de afectación ocurre incluso cuando estas personas no participan activamente. Es habitual que aparezcan en imágenes de archivo, vídeos caseros, grabaciones policiales o publicaciones en redes sociales que las productoras incluyen para contextualizar un caso. Aunque su presencia pueda parecer inocua, el público puede extraer conclusiones precipitadas, especialmente cuando estas imágenes aparecen junto a líneas narrativas que sugieren dudas, contradicciones o comportamientos sospechosos.

Un tercer problema surge con la reinterpretación pública de estas apariciones. En redes sociales, los espectadores pueden convertirse en «investigadores digitales», analizando perfiles, difundiendo rumores o atribuyendo responsabilidades sin fundamento. Turner (2022) analiza cómo esta dinámica contribuye a crear climas de señalamiento colectivo en los que personas corrientes quedan atrapadas en discusiones, hipótesis o memes que las caricaturizan o criminalizan. La repercusión social de estas narrativas puede ser mayor que el propio impacto mediático inicial, pues la conversación digital amplifica, prolonga y descontextualiza el contenido original.

Incluso cuando las productoras intentan ofrecer una representación equilibrada, la estructura narrativa puede distorsionar el rol de las personas no públicas. El montaje, la música, la selección de fragmentos y el contexto visual pueden sugerir intenciones, emociones o conductas que no se corresponden con la realidad. Nichols (2017) recuerda que el documental no es un espejo neutro, sino una construcción que combina decisiones técnicas y estéticas. Por ello, el simple hecho de aparecer en una escena puede atribuir un significado no deseado a quienes no están familiarizados con los códigos del lenguaje audiovisual.

Las afectaciones pueden ser graves: acoso digital, amenazas físicas, ansiedad, deterioro de relaciones personales, e incluso consecuencias en el plano laboral, que a veces suponen la pérdida de un empleo. Así, la exposición mediática involuntaria puede generar efectos de «desprotección pública», en los que individuos sin relevancia social se ven sometidos a la mirada colectiva sin recursos institucionales para defenderse.

Frente a este panorama, un enfoque ético del *true crime* exige la adopción de medidas concretas. En primer lugar, debe garantizarse un consentimiento sólido y bien informado, no solo formal, sino comprensivo, de quienes aparecen expuestos en la serie: explicar alcance, distribución, posibles repercusiones y límites del control narrativo. En segundo lugar, se debe aplicar el principio de anonimización siempre que sea posible, especialmente en casos donde la participación no pública no es esencial para la comprensión del relato: el derecho a la intimidad debe prevalecer cuando su sacrificio no aporta un valor informativo

significativo al producto. En tercer lugar, se requiere una evaluación anticipada del daño: identificar si la aparición de una persona puede exponerla a riesgos de estigmatización o acoso. Ward (2016) recomienda que las producciones incluyan protocolos internos de revisión ética para detectar vulnerabilidades antes de la publicación. Y, por último, es fundamental contextualizar cualquier testimonio o imagen para evitar interpretaciones erróneas: la edición no puede convertir a individuos corrientes en personajes dramáticos si esto compromete su dignidad.

El *true crime* responsable debe reconocer que la vida de las personas no públicas pertenece a un ámbito privado protegido éticamente. Su participación involuntaria o mal gestionada constituye un daño real, duradero y, con frecuencia, irreversible.

## Glorificación de criminales

Al hablar de la glorificación de los criminales hacemos referencia a uno de los dilemas éticos más poderosos y controvertidos del *true crime*: su capacidad para transformar a los perpetradores en figuras fascinantes para el público. Desde mediados del siglo XX, los medios han contribuido a la creación de imágenes casi míticas de ciertos delincuentes, especialmente asesinos seriales o autores de crímenes particularmente violentos. Schmid (2005) analizó cómo esta tendencia dio origen al fenómeno de la conversión del criminal en *celebrity*, donde los agresores adquieren un estatus cultural que trasciende el ámbito judicial y se instala en la iconografía mediática. Este proceso no solo altera la comprensión pública del crimen, sino que redefine quién merece atención social.

Una de las consecuencias más problemáticas de esta glorificación es el desplazamiento narrativo que se produce desde las víctimas hacia el victimario. Pee-lo (2006) observó que los medios suelen presentar al agresor con profundidad psicológica, explorando sus traumas, deseos, estrategias y obsesiones, mientras que las víctimas quedan relegadas a roles secundarios, a menudo descontextualizadas o reducidas a símbolos.

Este desequilibrio narrativo contribuye a una memoria colectiva que privilegia el morbo sobre la dignidad, afectando los procesos de duelo y reconocimiento público de las víctimas.

La psicología mediática añade otra dimensión al problema. Lankford (2016) sostiene que ciertos criminales actúan movidos por la expectativa de adquirir notoriedad, especialmente en sociedades saturadas de imágenes y atención pública. La difusión constante de perfiles detallados, reconstrucciones estilizadas y dramatizaciones puede reforzar esta motivación, generando un círculo vicioso donde la violencia se convierte en un medio para alcanzar visibilidad social. Algunos crímenes han ganado relevancia mediática debido más al atractivo que la narración hace de los agresores y de su personalidad que a la gravedad objetiva de los hechos.

La glorificación también puede producirse a través de mecanismos más sutiles, como la estética audiovisual. Iluminación dramática, música envolvente o planos que resaltan la figura del criminal pueden provocar una respuesta emocional ambivalente en la audiencia. Igartua (2007) ha demostrado que las narrativas audiovisuales influyen en la identificación y la empatía del espectador, incluso cuando se trata de personajes moralmente reprobables. Esta estética puede convertir al agresor en un sujeto intrigante, complejo o incluso «carismático», alimentando la curiosidad más que la condena.

Otro factor es la construcción narrativa del criminal como «genio oscuro». Algunas producciones destacan la inteligencia, astucia o habilidades del

perpetrador, lo que contribuye a generar una imagen de excepcionalidad. Surette (2011) advierte que esta representación distorsiona la comprensión pública del delito, dado que la mayoría de los crímenes son resultado de dinámicas sociales, emocionales y estructurales, no de mentes extraordinarias. Convertir al agresor en un antihéroe brillante alimenta mitologías peligrosas que pueden inspirar comportamientos imitativos.

El tratamiento narrativo puede también reforzar estereotipos culturales asociados a la masculinidad violenta. En algunos países, la representación de criminales suele asociarse a modelos hipermasculinizados que normalizan la agresión como atributo de identidad. Esta dinámica contribuye a reforzar discursos sociales que naturalizan la violencia y oscurecen sus causas estructurales.

Más aún, la glorificación del criminal puede afectar a la justicia. La difusión masiva de su figura puede influir en la opinión pública, generar simpatías injustificadas o incluso promover «fandoms» digitales que reinterpretan los crímenes desde una perspectiva estetizada o relativista.

Frente a este dilema, cabe poner en marcha diversas estrategias éticas, como reequilibrar el enfoque narrativo otorgando voz a las víctimas y ofreciendo contexto, evitar la innecesaria estetización del criminal, contextualizar socialmente el crimen, y no presentarlo como algo excepcional o desconectado de estructuras sociales. Y también, de nuevo, transparentar las decisiones narrativas para hacer más comprensible al público el porqué de determinados enfoques.

En definitiva, la glorificación de criminales no es un efecto colateral inocente, sino un fenómeno con consecuencias éticas profundas. Alimenta mitologías peligrosas, desplaza el protagonismo de las víctimas, distorsiona la comprensión del crimen y contribuye a una cultura mediática que premia la notoriedad del mal. El *true crime* responsable debe resistir esta tendencia, priorizando dignidad, rigor y responsabilidad social.

## Reapertura pública de casos cerrados

La reapertura pública de casos cerrados sitúa a productores, periodistas y documentalistas en una posición delicada: intervenir en procesos legales y emocionales que ya habían alcanzado un grado de cierre institucional y personal. Aunque la revisión mediática de casos puede, en ocasiones, revelar errores judiciales o movilizar nuevas líneas de investigación, también puede generar daños significativos en las familias, crear «segundos juicios» sociales y distorsionar la memoria histórica.

En primer lugar, la reapertura mediática tiene un impacto directo en las familias afectadas. Neimeyer (2006) señala que el duelo implica procesos de resignificación y estabilidad emocional que pueden verse profundamente alterados cuando un caso vuelve a ser expuesto públicamente. La narrativa mediática reactiva emociones, fragmentos de memoria y traumas que habían sido parcialmente integrados. Ciertamente, la exposición pública de casos cerrados genera sentimientos de invasión emocional en los allegados, quienes perciben que su intimidad vuelve a ser objeto de consumo masivo.

El problema ético se agrava cuando la reapertura no surge de nuevas pruebas o indicios relevantes, sino del

deseo narrativo de añadir misterio, tensión o controversia. Muchos documentales reutilizan casos antiguos para construir relatos alternativos que funcionan como «juicios paralelos», donde el público es invitado a reconsiderar las decisiones judiciales sin disponer del rigor probatorio que caracteriza al proceso penal. Esto puede erosionar la confianza en el sistema judicial, alimentar teorías conspirativas y promover campañas de acoso contra personas que ya fueron exoneradas o cuyos roles fueron esclarecidos.

Un riesgo adicional surge cuando las producciones reeditan material de archivo de forma selectiva para reforzar una hipótesis concreta. Nichols (2017) advierte que el montaje documental puede construir significados nuevos a partir de materiales antiguos, alterando la percepción del espectador y reconfigurando la memoria colectiva del caso. Estas prácticas pueden transformar casos judicialmente resueltos en «relatos abiertos», lo que afecta la legitimidad del archivo judicial y la autoridad de las instituciones.

Además, la reapertura mediática puede generar efectos colaterales sobre personas no implicadas directamente en el caso. Al revisar escenas, nombres o testimonios, las producciones pueden exponer involuntariamente a individuos que habían quedado al margen del interés público. Este tipo de exposición constituye una forma de violencia simbólica, pues reactiva sospechas o estigmas que ya habían sido superados. La opinión pública puede reinterpretar estos elementos dentro de nuevas teorías, sin comprender su contexto original.

Otro aspecto ético relevante es la posible interferencia con la justicia. La revisión mediática de un caso

cerrado puede influir en decisiones institucionales, como la reapertura formal del expediente, incluso cuando la motivación principal proviene del interés mediático y no de la viabilidad jurídica. Ya se comentó anteriormente lo sucedido en procesos como el seguido contra los hermanos Menéndez por el asesinato de sus padres, y cómo después de tres décadas en prisión los hermanos trataron de impactar en la opinión pública y de lograr la revisión de sus condenas gracias a la producción de dos series de *true crime*.

Surette (2011) explica que la presión social puede afectar la independencia judicial, especialmente cuando la narrativa popular cuestiona veredictos firmes, enturbiando la objetividad del sistema y creando expectativas de cambio no siempre justificadas.

El impacto emocional de estas reaperturas no se limita a las familias. El consumo reiterado de narrativas sobre la necesidad de revisar casos cerrados genera en el público una forma de «trauma cultural», en la que la violencia es reciclada como entretenimiento, provocando ansiedad colectiva o fatiga emocional. La mezcla entre memoria social y relato mediático dificulta distinguir entre hechos probados y reinterpretaciones creativas.

Por otro lado, es necesario reconocer que la reapertura mediática ha tenido efectos positivos en algunos casos, especialmente aquellos vinculados a errores judiciales o discriminación institucional. Documentales que han revelado negligencias policiales, sesgos judiciales o fallos en la investigación han contribuido a la revisión de sentencias o a la reparación simbólica de víctimas. Así sucedió, por ejemplo, con el documental

*The thin blue line* (1988), ganador de numerosos premios, y donde el director, Errol Morris, lleva a cabo una detallada investigación sobre las inconsistencias del relato policial y judicial, hasta obtener la confesión sobre la inocencia del condenado por parte del verdadero asesino. La producción se convirtió en un referente en el género del *true crime*, logrando que se exonerase de culpa a un inocente.

Sin embargo, estos casos constituyen la excepción, no la norma. De este modo, cabe esperar que los productores de *true crime* adopten ciertas precauciones al decidir si reabrir un caso, como que existan razones fundadas, inconsistencias probatorias y nuevas revelaciones o fuentes relevantes. Deben valorar el impacto emocional que tendrá una reapertura sobre afectados y personas de su entorno, renunciar al sensacionalismo evitando reconstrucciones que promuevan dudas infundadas, explicar con transparencia los materiales utilizados, las hipótesis barajadas y las limitaciones narrativas, y ofrecer contexto legal, incluyendo explicaciones claras sobre la naturaleza del proceso penal, sus etapas y la relevancia jurídica de los hechos revisados. Ward (2016) recuerda que la responsabilidad narrativa implica reconocer que la historia no se desarrolla al margen de un entorno concreto: afecta vidas, memorias y percepciones. Un uso sensacionalista de casos cerrados puede intoxicar la memoria colectiva y generar sufrimiento innecesario. Igartua (2007) añade que la narrativa audiovisual posee una fuerza persuasiva considerable, por lo que su uso debe orientarse hacia la comprensión crítica y no hacia el entretenimiento morboso.

En síntesis, reabrir públicamente un caso cerrado es una acción que debe abordarse con extremo cuidado. La línea entre la búsqueda legítima de verdad y la explotación narrativa del pasado es delicada. El *true crime* ético no debe confundir misterio con justicia, ni tensión dramática con valor social. Revisitar el pasado exige sensibilidad, rigor y un compromiso profundo con las personas que vivieron los hechos y con la sociedad que los recuerda.



## Reproducción de teorías conspirativas

Las teorías conspirativas emergen y se fortalecen en contextos de incertidumbre, lagunas informativas o procesos judiciales incompletos, y encuentran en el *true crime* un terreno fértil para expandirse debido a su estructura narrativa basada en el misterio, la sospecha y la búsqueda de explicaciones alternativas. Butter y Knight (2020) sostienen que las teorías conspirativas prosperan en ecosistemas donde la información oficial es percibida como insuficiente o poco confiable, abriendo espacio a interpretaciones fantasiosas o especulativas que adquieren apariencia de verdad.

La inclusión de estas teorías en documentales, podcast o series sin un análisis crítico riguroso puede tener efectos devastadores. Donovan (2020) explica que la viralidad de la desinformación depende menos de su veracidad que de su capacidad emocional: cuanto más indignante, sorprendente o inquietante sea una teoría, más fácilmente circula en redes sociales. Y así, estos relatos tienden a convertirse en «verdades sociales», es decir, marcos interpretativos asumidos por amplios sectores de la población pese a carecer de sustento empírico. Cuando las producciones de *true crime* reproducen teorías no verificadas, están validan-

do indirectamente discursos que pueden perjudicar a personas inocentes y erosionar la confianza en instituciones públicas.

El impacto de las conspiraciones puede materializarse en el acoso digital. Sunstein y Vermeule (2008) señalaron que los entornos digitales amplifican dinámicas de sospecha colectiva, facilitando campañas de hostigamiento contra individuos que, en muchos casos, no tienen ninguna relación con los hechos. Estas dinámicas contribuyen a crear «espacios de impunidad simbólica», donde los acusadores no asumen responsabilidad y los acusados quedan marcados por sospechas injustificadas. Este fenómeno se acrecienta cuando las teorías conspirativas se presentan de manera ambigua en las narrativas del *true crime*, dejando abierta la posibilidad de interpretaciones maliciosas.

Otro problema grave es la distorsión de la memoria social del caso. Cuando las conspiraciones dominan la conversación pública, los hechos probados pierden protagonismo. La espectacularización del crimen en los medios favorece de por sí la simplificación extrema y la búsqueda de narrativas emocionales. Si a ello se añade la reproducción acrítica de teorías conspirativas, la comprensión pública del delito se contamina de rumores y especulaciones que desplazan el análisis estructural. De este modo, se oscurecen las causas sociales, económicas o institucionales vinculadas al crimen, sustituidas por explicaciones fantasiosas o moralizantes.

La reproducción de teorías conspirativas también afecta a la labor judicial. Surette (2011) advierte que el clima de sospecha generado por los medios puede

presionar a fiscales y jueces, obligándolos a responder ante interpretaciones populares que no guardan relación con la evidencia real. De este modo, la independencia judicial puede verse comprometida cuando la opinión pública exige reconsiderar decisiones basadas en rumores amplificadas por los medios. La reapertura simbólica de casos judicialmente resueltos, impulsada por teorías sin base empírica, dificulta la legitimidad del proceso penal.

En términos psicológicos, las teorías conspirativas poseen un atractivo particular: ofrecen explicaciones simples para realidades complejas, atribuyen intención a acontecimientos aleatorios y permiten que el espectador se sienta partícipe de una búsqueda de «verdad oculta». Igartua (2007) ha demostrado que los relatos audiovisuales persuasivos pueden moldear creencias de manera significativa, especialmente cuando emplean recursos emocionales o dramáticos. En el *true crime*, esta capacidad puede transformarse en un instrumento de desinformación, generando certezas infundadas en la audiencia.

A nivel ético, la responsabilidad de las producciones es, en primer lugar, contextualizar cualquier teoría conspirativa, explicando su origen, sus motivaciones y su falta de sustento empírico. En segundo lugar, evitar presentar teorías como hipótesis plausibles cuando no existe evidencia que las respalde. Además, deben incluir voces expertas —criminólogos, sociólogos, juristas— capaces de desmontar argumentos falsos. Y deben tratar de que el rigor informativo prevalezca sobre el impacto emocional, especialmente cuando la narrativa puede generar daños colaterales graves.

Las producciones deben diferenciar con claridad entre hechos probados, interpretaciones razonables e hipótesis no verificadas. Las teorías conspirativas no son meras anécdotas: tienen consecuencias sociales reales. Pueden destruir reputaciones, dividir comunidades, generar hostilidad hacia instituciones y normalizar la desinformación. Un *true crime* responsable debe rechazar estos atajos dramáticos y apostar por un relato basado en la veracidad y el respeto.

## Recreaciones dramatizadas engañosas o falseadas

Las recreaciones dramatizadas constituyen uno de los recursos estéticos más característicos del *true crime*, pero también uno de los más controvertidos. Su eficacia narrativa radica en su capacidad para otorgar dinamismo, emoción y claridad visual a hechos que, en ocasiones, carecen de imágenes reales. Sin embargo, esa misma eficacia es el origen de un potente dilema ético: las dramatizaciones pueden producir una «ilusión de facticidad», en la que escenas parcialmente ficcionalizadas son interpretadas por el espectador como representaciones exactas de la realidad. Roscoe y Hight (2001) explican que esta ambigüedad entre ficción y documento provoca una percepción distorsionada que afecta la comprensión pública del caso.

Una de las principales consecuencias de esta práctica es su impacto sobre la memoria del espectador. La psicología del testimonio ha demostrado que la exposición a escenas reconstruidas puede implantar recuerdos falsos o modificar los existentes, fenómeno ampliamente estudiado por Loftus (2005). Cuando el público observa dramatizaciones intensas, con diálogos inventados, interpretaciones emocionales o reconstrucciones visuales estilizadas, tiende a recordar-

las como si fueran hechos reales. En el *true crime*, esta capacidad de implantación tiene implicaciones profundas: el público puede consolidar creencias erróneas que influyan en su juicio sobre el caso, los implicados o las instituciones.

La estetización del trauma es otro elemento crítico del dilema. Las dramatizaciones suelen utilizar música, iluminación y montaje para intensificar la gravedad emocional del crimen. Aunque estos recursos buscan generar empatía o tensión, pueden también convertir el sufrimiento humano en un objeto estético. Romero (2020) advierte que esta estetización puede trivializar la experiencia real de las víctimas, especialmente cuando se añaden elementos no verificados o exagerados. La televisión y las plataformas digitales tienden a romantizar ciertos aspectos del delito, transformando la tragedia en una experiencia visualmente atractiva que desdibuja su gravedad moral.

Un problema adicional surge cuando las dramatizaciones atribuyen motivaciones, pensamientos o diálogos que no están documentados. Nichols (2017) insiste en que la representación documental debe evitar atribuir intenciones no verificadas, ya que esto constituye una forma de manipulación narrativa que confunde al público sobre la naturaleza probatoria del caso. Esta práctica puede reforzar prejuicios o estigmas, especialmente cuando se representan sospechosos con actitudes que no se derivan de ninguna prueba real.

La selectividad narrativa también incrementa el riesgo de distorsión. Las dramatizaciones se construyen a partir de fragmentos del caso, y las decisiones edito-

riales sobre qué reconstruir y qué omitir influyen en la interpretación del espectador. Esta selectividad no es neutral: responde a criterios estéticos, ideológicos o comerciales que moldean un relato aparentemente objetivo. Además, cuando estas reconstrucciones se presentan sin advertencias claras, el público no distingue entre evidencia empírica y representación narrativa, lo que da lugar a interpretaciones sesgadas o injustas.

Otro riesgo serio es la contaminación judicial. Cuando un caso está abierto o pendiente de juicio, la emisión de dramatizaciones puede influir en la percepción de jurados, testigos o incluso autoridades.

Frente a estos dilemas, la ética del *true crime* exige una serie de compromisos fundamentales. En primer lugar, la transparencia narrativa: las producciones deben indicar explícitamente qué escenas son recreaciones, diferenciándolas visual y auditivamente del material documental. Esto puede incluir marcadores en pantalla, cambios estilísticos o advertencias previas. La claridad sobre la naturaleza de la representación es un principio básico del periodismo ético, y su ausencia constituye una forma de engaño emocional.

En segundo lugar, se debe limitar el uso de dramatizaciones a situaciones donde sean realmente necesarias para la comprensión del caso. Como señala Surette (2011), la saturación de elementos ficcionales puede sustituir al análisis riguroso, ofreciendo una experiencia sensorial intensa pero empobrecedora desde el punto de vista informativo.

En tercer lugar, es esencial incorporar contexto social y jurídico. El público debe comprender que una

dramatización es una interpretación posible, no una representación definitiva. Romero (2020) subraya que el acompañamiento explicativo permite evitar que el espectador confunda dramatización con prueba judicial.

Por último, la producción debe garantizar que las dramatizaciones no revictimicen a las personas involucradas. Representar el sufrimiento de manera exagerada, invasiva o innecesariamente gráfica puede causar daño emocional adicional a familiares o sobrevivientes. Soto (2025) insiste en que la dignidad debe prevalecer sobre el impacto visual, especialmente en un género donde el dolor real es materia prima narrativa.

En síntesis, las recreaciones dramatizadas no son meros recursos estéticos: son decisiones éticas con profundas implicaciones cognitivo-sociales. Pueden educar o desinformar, esclarecer o confundir, humanizar o deshumanizar. Un *true crime* responsable debe tratarlas con extrema prudencia, priorizando la verdad, la dignidad y la claridad interpretativa. La frontera entre documento y dramatización no puede difuminarse sin consecuencias: señalarla con nitidez es un imperativo ético.

## Selección sesgada de expertos

En un género que oscila entre información y entretenimiento, la figura del experto funciona como un puente entre el relato y la credibilidad. Sin embargo, la legitimidad percibida no siempre coincide con la formación real o con la pertinencia disciplinar del especialista presentado en estas producciones. Según algunos autores, la presencia de un experto sirve como atajo cognitivo que lleva a aceptar información cuando se percibe experiencia y autoridad (van Antwerpen *et al.*, 2023). La audiencia rara vez verifica las credenciales o evalúa la idoneidad de quienes aparecen en pantalla, lo que otorga a la producción un poder significativo para moldear la interpretación del caso.

Uno de los problemas principales es la selección orientada de dichos expertos: las productoras tienden a elegir expertos que refuercen la narrativa deseada, creando una ilusión de consenso científico. Este fenómeno, conocido como «sesgo de confirmación editorial», limita la pluralidad de perspectivas y conduce a interpretaciones reduccionistas de fenómenos complejos. Nichols (2017) advierte que, cuando se presenta solo una línea interpretativa, el documental corre el riesgo de convertirse en un discurso dogmático que sustituye la evidencia por opinión.

Algunos juristas han denunciado que ciertos programas eligen expertos mediáticos —policías retirados, psicólogos generalistas o comentaristas televisivos— cuya experiencia real puede no alinearse con los temas tratados. La facilidad para localizarles o las relaciones de cercanía con estos profesionales pueden fomentar su presencia como opinadores, más allá de su competencia profesional real. Por otra parte, no pocas veces la narrativa televisiva privilegia voces carismáticas o contundentes, aunque su aportación científica sea débil o parcial.

El problema se agrava cuando los expertos intervienen fuera de su disciplina. Psicólogos opinando sobre criminología forense, periodistas opinando sobre perfiles psicológicos o abogados opinando sobre dinámicas sociales. Esta transdisciplinariedad no regulada genera discursos híbridos que pueden ser seductores, pero metodológicamente incorrectos. Sobre todo porque los espectadores tienden a aceptar como válidas afirmaciones provenientes de figuras percibidas como expertas, incluso cuando sus campos de conocimiento no son pertinentes (Igartua, 2007).

Las consecuencias éticas son significativas. Un experto sesgado puede insinuar culpabilidad, diagnosticar rasgos patológicos sin fundamentos sólidos o interpretar conductas desde marcos especulativos. Estas intervenciones pueden influir en la opinión pública y, en casos extremos, afectar a procesos judiciales o reputaciones personales. En contextos mediáticos, donde la narrativa busca impacto emocional, la frontera entre análisis y juicio moral se desdibuja con facilidad.

Los casos criminales requieren además una mirada multidimensional que incluya perspectivas sociológicas, jurídicas, psicológicas, criminológicas y, cuando corresponde, antropológicas. Sin embargo, muchas producciones recurren únicamente a perfiles policiales o psicológicos, ignorando factores estructurales como precariedad, desigualdad o violencia institucional.

La ética del *true crime* exige que las producciones implementen criterios rigurosos en la selección de especialistas, verificando sus credenciales y su experiencia específica, incorporando una pluralidad de perspectivas para evitar narrativas monolíticas, aclarando los límites disciplinarios de cada experto, e identificando explícitamente las afirmaciones especulativas, evitando presentarlas como hechos. En esta línea, Gutiérrez-Martín y Tyner (2012) proponen fomentar la educación mediática del público, de modo que la audiencia pueda distinguir entre análisis expertos y opiniones narrativamente convenientes.

Finalmente, un uso ético de los expertos no solo fortalece la credibilidad del *true crime*, sino que contribuye a una comprensión más justa del delito como fenómeno complejo. Escoger voces diversas, competentes y metodológicamente sólidas permite contrarrestar el riesgo de manipulación narrativa y facilita que la audiencia construya interpretaciones críticas e informadas.



## Exposición de menores

Los niños y adolescentes representan un grupo especialmente vulnerable, no solo por su desarrollo emocional e identitario en curso, sino también por las implicaciones permanentes que tiene la construcción de una huella *online* vinculada al crimen. Cuando un menor aparece en un documental o serie de *true crime*, su imagen, voz o historia pueden quedar disponibles indefinidamente en plataformas digitales, condicionando su bienestar presente y futuro. Finkelhor (2008) señala que la victimización infantil posee un impacto duradero que se intensifica cuando la exposición pública prolonga o reactiva el trauma inicial.

Uno de los riesgos más relevantes es la estigmatización social. Si la identidad del menor se asocia al crimen —como víctima, testigo o familiar del sospechoso— es probable que enfrente consecuencias emocionales y sociales a largo plazo. En entornos escolares o comunitarios, el menor puede convertirse en objeto de rumores, curiosidad morbosa o rechazo. La percepción pública de un menor puede verse profundamente alterada cuando aparece en narrativas mediáticas con alta carga emocional, incluso cuando no existe ninguna responsabilidad personal. Esta exposición afecta su autoestima, sus relaciones y su desarrollo social.

En el entorno digital, la eliminación total de un contenido es prácticamente imposible. Incluso si la plataforma retira el material, este puede haber sido descargado, reenviado o reutilizado en redes sociales. Esto implica que un menor cuya identidad fue expuesta puede cargar con esa asociación durante décadas, justo en etapas críticas como la adolescencia o la transición a la vida laboral. Esta permanencia vulnera el derecho del menor a reconstruir su identidad libremente, sin el peso de acontecimientos traumáticos que se vuelven parte de su historia pública.

La participación de menores como testigos presenta desafíos adicionales. Los niños suelen declarar bajo condiciones emocionalmente extremas, presionados por autoridades o influenciados por la narrativa del entorno adulto. Reproducir sus testimonios en un documental descontextualiza estas circunstancias, presentando declaraciones condicionadas como verdades estables. Así, el relato mediático tiende a simplificar los matices del testimonio infantil, reforzando interpretaciones que pueden no reflejar la percepción real del menor.

Otro dilema ético surge cuando se utilizan imágenes familiares —fotos, vídeos domésticos o grabaciones escolares— para reforzar la dimensión emocional del relato. Aunque estas imágenes puedan aparecer en expedientes judiciales, su difusión mediática amplifica su valor simbólico y puede convertir momentos íntimos en objetos de consumo emocional. Debemos cuestionar la legitimidad moral de utilizar estos materiales sin considerar el efecto que su circulación puede tener sobre el menor y su entorno. En muchos casos,

la representación del menor se instrumentaliza para generar empatía en la audiencia, lo que implica una apropiación emocional y simbólica de su historia.

También debe tenerse en cuenta la exposición de menores asociados a personas acusadas, aunque ellos no hayan participado directa o indirectamente en el crimen. El estigma que recae sobre las familias de los sospechosos puede afectar a hijos y hermanos, que se ven envueltos en dinámicas sociales injustas: aislamiento, acoso o discriminación. El juicio mediático puede extenderse así más allá de los implicados, construyendo culpas simbólicas que recaen sobre personas ajenas al delito. En el caso de los menores, estos procesos son especialmente dañinos, pues comprometen su desarrollo psicológico y su bienestar cotidiano.

Finalmente, la exposición mediática de menores puede servir como material de uso secundario no deseado. En la cultura digital, imágenes de menores pueden circular en contextos inapropiados o peligrosos, desde foros sensacionalistas hasta espacios que promueven contenidos nocivos. La producción de *true crime* tiene la responsabilidad de anticipar estos riesgos y actuar preventivamente. Las medidas de anonimización —ocultar rostros, distorsionar voces, cambiar nombres o eliminar metadatos— son esenciales para reducir la posibilidad de usos indebidos.

Desde una perspectiva ética, las producciones de *true crime* deben guiarse por el principio de protección integral del menor, ampliamente reconocido en el marco jurídico internacional. En concreto, la Convención sobre los Derechos del Niño adoptada por las Naciones Unidas (1989) consagra como principio

rector, en su artículo 3, el llamado interés superior del niño, que debe ser tenido en cuenta a la hora de adoptar decisiones sobre la divulgación de su imagen.

Esto implica una evaluación rigurosa de la necesidad narrativa de incluir imágenes o testimonios de menores. En la mayoría de los casos, es posible narrar un crimen sin mostrar sus rostros ni mencionar datos identificativos. La minimización del daño debe ser la norma rectora en cualquier obra que involucre a personas vulnerables. Surette (2011), desde los estudios mediáticos, recuerda que las narrativas criminales no pueden anteponer el impacto emocional sobre la seguridad de quienes aparecen en ellas.

Otro aspecto esencial es el asentimiento expreso. Aunque los tutores legales pueden autorizar la aparición del menor, este permiso tácito no siempre garantiza una evaluación adecuada de los riesgos. ¿Es suficiente el permiso familiar cuando existe presión emocional, desconocimiento técnico o expectativas erróneas sobre la difusión? Es algo que debe ser cuestionado.

En conclusión, la exposición de menores en producciones de *true crime* debe evitarse salvo en casos absolutamente necesarios. La vulnerabilidad propia de la infancia y adolescencia, junto con la permanencia en redes y el impacto emocional duradero, exige un enfoque extremadamente cuidadoso. Los menores no deben convertirse en material narrativo ni en símbolos dramáticos: su dignidad y seguridad deben prevalecer sobre cualquier interés documental o estético.

## Recreación del trauma para la audiencia

La ya mencionada práctica de las recreaciones, que consiste en reproducir —mediante dramatizaciones audiovisuales, reconstrucciones sonoras, animaciones, efectos especiales o actuaciones simbólicas— episodios traumáticos que afectaron a víctimas reales, tiene un impacto poderoso en la audiencia. Estas recreaciones incluyen llamadas al 911, persecuciones dramatizadas, simulaciones de agresiones, ambientaciones sonoras de violencia o escenas construidas para transmitir miedo, angustia o desesperación. Si bien este recurso busca intensificar la inmersión narrativa y captar la atención del espectador, también plantea riesgos profundos relacionados con la trivialización del sufrimiento humano, la distorsión de la verdad y el impacto emocional sobre audiencias vulnerables. Los medios audiovisuales poseen un poder enorme para generar respuestas emocionales, y cuando se utiliza el trauma como herramienta estética, se corre el riesgo de convertir la tragedia real en espectáculo sensorial.

Uno de los principales problemas éticos es la dramatización del dolor. Las recreaciones suelen emplear música efectista, iluminación sugerente, cámara lenta y efectos de sonido para intensificar la tensión. Estos

elementos pertenecen al lenguaje del cine de ficción, lo que introduce una ambigüedad peligrosa: el crimen real se presenta como si fuera un montaje narrativo diseñado para generar adrenalina. Surette (2011) explica que esta estética contribuye a la «ficcionalización del crimen», un proceso mediante el cual acontecimientos reales se perciben como entretenimiento más que como hechos humanos complejos. La espectacularización audiovisual despoja al crimen de su realidad social, reduciéndolo a una secuencia dramática destinada a impactar más que a informar.

La recreación del trauma también puede distorsionar la percepción pública del caso. Al incluir diálogos inventados, gestos no documentados o interpretaciones emocionales subjetivas, las dramatizaciones construyen una versión narrativa que no necesariamente coincide con la evidencia disponible. Nichols (2017) señala que, en el documental contemporáneo, las dramatizaciones generan un «efecto de autenticidad» que induce al espectador a aceptar como hechos representaciones que, en realidad, son conjeturas. Esto es especialmente problemático en casos abiertos o mediáticamente activos, ya que el público puede desarrollar convicciones firmes basadas en información ficcional. Igartua (2007) ha mostrado cómo estas narrativas pueden influir en la opinión pública, contribuyendo a crear juicios paralelos que afectan la presunción de inocencia y contaminan procesos judiciales.

Otra dimensión crítica es el impacto emocional en la audiencia. La recreación del trauma puede provocar reacciones intensas como ansiedad, angustia o recuerdos traumáticos en personas con antecedentes de vio-

lencia o sensibilidad emocional. Algunas audiencias son más vulnerables a la manipulación, especialmente menores y personas con inestabilidad psíquica. Cuando una producción reproduce repetidamente momentos dolorosos, corre el riesgo de instrumentalizar emociones extremas que pueden tener consecuencias psicológicas reales.

Desde la perspectiva de las víctimas y sus familias, la recreación del trauma puede tener un impacto devastador. Volver a ver representadas las circunstancias de un crimen —aunque sea mediante actores o animaciones— puede reactivar el sufrimiento, interferir con procesos de duelo y generar una sensación de invasión emocional. La realidad virtual ha ampliado la exposición de las víctimas, quienes ven su dolor transformado en contenido globalizado sin tener control sobre su circulación. Además, cuando la recreación contiene errores, exageraciones o interpretaciones sesgadas, se corre el riesgo de faltar al respeto a la memoria de la víctima o de simplificar una historia humana compleja.

Desde un punto de vista epistemológico, la recreación del trauma introduce un conflicto entre verosimilitud y verdad. Busselle y Bilandzic (2009) explican que los relatos inmersivos generan altos niveles de empatía narrativa, lo que facilita que el espectador confunda representación con hecho histórico. En el *true crime*, este fenómeno se intensifica porque el marco general es documental, lo que otorga un aura de veracidad incluso a escenas dramatizadas. Esta ambigüedad puede reforzar errores en la memoria colectiva y generar interpretaciones distorsionadas del caso.

Asimismo, la recreación del trauma contribuye al auge de una cultura del morbo, donde la audiencia busca emociones cada vez más intensas asociadas a la violencia. Para algunos espectadores, estas dramatizaciones funcionan como estímulos sensoriales similares a los del cine de terror.

Ante estos riesgos, una correcta ética del *true crime* exige una evaluación rigurosa de la necesidad de estas reconstrucciones, la identificación clara y explícita de las mismas, evitar la primacía del espectáculo sobre el relato, y proteger a las víctimas y sus familias, evaluando el impacto emocional en las personas más cercanas a la tragedia. Dado el potencial impacto, es importante incluir advertencias claras al espectador, y evitar especulaciones y representaciones inventadas. Una vez más, el rigor y la transparencia, que van ligados al buen periodismo, pueden aplicarse a la resolución de los dilemas éticos del *true crime*.

En definitiva, recrear el trauma en el *true crime* implica un ejercicio ético delicado: equilibrar la necesaria claridad narrativa con la obligación de no convertir el sufrimiento real en materia de entretenimiento. Las producciones responsables deben renunciar a la búsqueda de impacto sensorial y apostar por representaciones sobrias, contextualizadas y respetuosas que contribuyan a comprender la complejidad del crimen sin trivializar el dolor humano.

## Difusión internacional y pérdida de contexto

La difusión global del *true crime* plantea un reto y un nuevo dilema ético significativo relacionado con la circulación internacional de contenidos. Cuando una producción se distribuye en múltiples países y es traducida o doblada a diferentes idiomas, pierde parcialmente el control sobre el contexto cultural, legal y emocional en el que será interpretada. Nichols (2017) señala que la traducción audiovisual no es un simple traslado lingüístico: implica una reinterpretación del material que puede alterar matices esenciales de la narrativa.

Un primer riesgo es la pérdida de contexto jurídico. Las normas sobre el derecho a un debido proceso, la presunción de inocencia, la protección de datos o los límites informativos varían entre países. Una producción creada bajo estándares españoles o europeos puede consumirse en contextos donde la audiencia interpreta la información desde marcos legales distintos. Rodrigo-Alsina (1999) advierte que, cuando el público desconoce la legislación específica del país donde ocurrió el crimen, puede desarrollar percepciones distorsionadas sobre culpabilidad, negligencia institucional o gravedad del delito.

Otro riesgo surge de la transculturación emocional. Las traducciones —doblares o subtítulos— adaptan expresiones, tonos y referencias que pueden modificar la intención original. La adaptación lingüística influye en la identificación emocional del espectador, lo que afecta a la percepción de víctimas, sospechosos y expertos. Esto puede traducirse en respuestas emocionales exageradas o atenuadas respecto del material original.

Además, la difusión global puede reactivar traumas locales. Por ejemplo, un caso resuelto en España puede adquirir notoriedad internacional años después gracias a una plataforma de *streaming* que opere en diversos países, reabriendo heridas para comunidades que ya habían procesado el duelo. Y así, la nueva reactivación mediática puede generar sufrimiento adicional para familias y allegados, especialmente cuando la obra incluye nuevas especulaciones.

Otro dilema ético aparece cuando la producción incluye elementos culturales específicos que pueden interpretarse erróneamente en otros países. Conceptos jurídicos como «imputación», «archivo judicial» o «instrucción» pueden ser malinterpretados, generando conclusiones inexactas sobre el proceso penal.

También es relevante la pérdida de control sobre la circulación secundaria. Una vez que el contenido viaja globalmente, puede ser recortado, comentado, reinterpretado o integrado en otros formatos —como vídeos en redes sociales o pódcast extranjeros— sin respetar el contexto original. De hecho, la globalización favorece la reelaboración de narrativas, generando versiones divergentes que pueden intensificar la desinformación.

Desde el punto de vista internacional, Finkelhor (2008) coincide en que la exposición repetida y globalizada de casos que incluyen víctimas vulnerables aumenta el riesgo de revictimización, especialmente cuando el contenido se traduce o se recontextualiza para mercados extranjeros.

La ética del *true crime* exige, en este caso, contextualizar el marco legal y cultural de manera adecuada, advertir a la audiencia sobre el alcance y la naturaleza sensible de los contenidos, aplicar restricciones de anonimato atendiendo a personas especialmente vulnerables, y monitorear el impacto internacional, especialmente en las comunidades afectadas.

Ward (2016) destaca que la responsabilidad editorial no termina en la publicación o exhibición de una obra: incluye también anticipar cómo el contenido será recibido en otros contextos culturales.

En definitiva, la difusión global transforma el *true crime* en un producto transnacional cuyo impacto supera las fronteras culturales y emocionales de origen. La traducción no neutral, la reinterpretación fuera de contexto y la permanencia de los contenidos exigen una ética reforzada que considere la complejidad del ecosistema global de medios.



## La «gamificación» del crimen

La idea de que el crimen puede ser resuelto en los medios, en la producción de documentales o mediante la participación de la audiencia transforma en espectáculo con tintes de juego un proceso que, en realidad, depende de procedimientos legales complejos y especializados. Aunque existen casos excepcionales donde periodistas o documentales han contribuido a visibilizar errores o a cazar a un sospechoso, la mayoría de los crímenes se resuelven mediante una investigación profesional, el análisis forense y el trabajo policial sistemático. Sin embargo, el *true crime* tiende a enfatizar historias en las que la intervención mediática parece decisiva, generando una ficción donde la justicia se alcanza gracias a la presión popular más que al funcionamiento institucional.

Esta narrativa cumple funciones dramáticas: permite situar al documentalista, periodista o creador como protagonista heroico; convierte al público en potencial colaborador; y dota al relato de una dimensión épica e incluso lúdica. Pero su impacto ético es profundo. Cavender y Fishman (2018) muestran que los programas de crímenes reales han contribuido a consolidar la idea de que la visibilidad mediática es un sustituto

eficaz del aparato judicial. En este marco narrativo, la justicia parece ser un fenómeno accesible desde el sofá del espectador: basta con analizar imágenes, comentar teorías y presionar a las autoridades con campañas públicas. El público puede convertirse en investigador y participar en pesquisas públicas sin salir de su casa. La interacción y la participación que facilitan las redes sociales agudiza esta tendencia (Lipschultz, 2023).

El problema es que esta ilusión moviliza dinámicas reales que afectan a investigaciones en curso. Cuando la audiencia cree que puede «resolver» un caso desde la distancia, surgen fenómenos de participación aficionada que pueden tener efectos perjudiciales. El furor del género ha generado multitudes de aficionados que se consideran capaces de resolver un asesinato, un fenómeno que ha sido parodiado en series de televisión como *Only Murders in the Building* (Hoffman; Martins, 2021).

Turner (2022) documenta cómo grupos de internautas, motivados por documentales populares, han invadido escenas del crimen, buscado supuestas pruebas o difundido acusaciones infundadas contra personas inocentes. Este distorsionado interés mediático puede provocar linchamientos digitales, donde individuos sin relación con el caso se convierten en sospechosos mediáticos debido a interpretaciones hiperactivas del público.

Estas investigaciones *amateur* no afectan solo a sospechosos, sino también a testigos y familiares, quienes pueden verse sometidos a escrutinio invasivo. La participación ciudadana desregulada crea un entorno donde la opinión pública formula juicios paralelos

que dificultan la labor policial. Además, la difusión descontrolada de teorías —presentadas como hipótesis plausibles o análisis documentados— complica la interpretación judicial de los hechos, contaminando testimonios o generando expectativas irreales sobre lo que debería ocurrir en un proceso penal.

Una serie popular puede generar incluso campañas masivas en redes sociales exigiendo la reapertura de casos cerrados, aun cuando no exista evidencia nueva, con la consiguiente presión sobre los cuerpos policiales. Fishman y Cavender (1998) sostienen que esta presión puede inducir a fiscales y jueces a tomar decisiones precipitadas o a dedicar recursos desproporcionados a casos mediáticos en detrimento de otros igualmente serios. La opinión pública, alimentada por narrativas televisivas, suele valorar la actuación policial desde expectativas irreales, confundiendo la complejidad del trabajo profesional con la espectacularidad de la representación mediática.

La narrativa del *true crime* también contribuye a reforzar la idea de que la justicia es un proceso lineal y resoluble mediante intuición o voluntad, ignorando la complejidad técnica del sistema judicial. Surette (2011) explica que esta visión simplificada produce una «cultura del investigador aficionado», donde el espectador cree que la lógica narrativa del documental refleja el funcionamiento real de la investigación criminal. Esto genera frustración cuando los casos no se resuelven con rapidez o cuando las autoridades no actúan conforme a las expectativas construidas por la ficción mediática.

Además, la idea de que los medios pueden resolver crímenes contribuye a una erosión de la confianza ins-

titucional. Cuando el público cree que la justicia solo avanza mediante presión mediática, se debilita la legitimidad del sistema jurídico. La creencia de que los creadores de contenido pueden suplir habitualmente el rol de investigadores profesionales no solo es falsa, sino peligrosa: fomenta la desconfianza hacia procesos que requieren discreción, rigor y profesionalidad. Desde una perspectiva ética, las producciones de *true crime* deben corregir esta ilusión, no reforzarla. Para ello, debe dejarse clara la diferencia entre investigación periodística o efectuada por creadores de contenidos y un proceso judicial, evitando en la medida de lo posible narrativas heroicas donde el creador del documental aparece como el protagonista que descubre la verdad.

Sin duda, hay casos en los que la intervención mediática es útil para el desarrollo del proceso, pero estos deben distinguirse y contextualizarse, aclarando que no es la tónica general. La pedagogía en torno a la complejidad del proceso penal y el funcionamiento de las instituciones puede ser otra regla de conducta que minimice el riesgo de trasladar la falsa idea de que resolver un crimen es un juego.

En conclusión, la idea de que los medios pueden resolver crímenes no solo distorsiona la percepción pública del sistema judicial, sino que crea riesgos reales: interferencias en investigaciones, hostigamiento a personas inocentes, presiones indebidas y pérdida de confianza institucional. Un *true crime* ético debe rechazar esta ficción y reafirmar que la justicia depende del rigor profesional, no del espectáculo mediático.

## El reto de la alfabetización de la audiencia

Las decisiones interpretativas del espectador y los efectos psicológicos del consumo mediático determinan el impacto social del género. Aunque los dilemas anteriores han señalado problemas de producción, este se centra en la respuesta del público: cómo interpreta y usa lo que ve, y cómo eventualmente actúa a partir de eso. La audiencia no es un agente pasivo; sus reacciones influyen en la cultura mediática, en las dinámicas sociales e incluso en el curso de investigaciones judiciales.

El primer reto que se plantea en este caso es la necesidad de formar espectadores críticos, capaces de identificar sesgos, rechazar el sensacionalismo y comprender que el *true crime* es una construcción narrativa, no un reflejo neutro de la realidad. La alfabetización audiovisual es esencial para que el público pueda distinguir entre recursos estilísticos y hechos probados. Cuando la audiencia carece de esa preparación, es más susceptible a aceptar narrativas simplificadas, emociones inducidas y teorías especulativas. Butter y Knight (2020), desde el análisis de discursos conspirativos, subrayan que los espectadores con baja alfabetización mediática son más vulnerables a interpretaciones distorsionadas del crimen.

La responsabilidad recae también en los productores y programadores, quienes deben evitar construir relatos que incentiven lecturas erróneas o peligrosas. Sánchez-Esparza y Méndiz (2025b) sostienen que los creadores deben asumir que sus decisiones narrativas tienen efectos sociales: pueden reforzar prejuicios, alimentar la cultura del miedo o distorsionar la comprensión del sistema judicial.

Un tercer elemento para considerar se refiere al impacto en públicos vulnerables. En menores, los efectos de un consumo intensivo de contenido criminal pueden afectar a su desarrollo emocional. Finkelhor (2008) destaca que los contenidos que incluyen violencia contra niños tienen efectos particularmente nocivos, porque los menores son especialmente sensibles al carácter emocional del *true crime*, pudiendo interiorizar creencias distorsionadas sobre seguridad y criminalidad.

Asimismo, las personas con inestabilidad psíquica o enfermedades mentales pueden experimentar reacciones intensificadas ante narrativas violentas. En algunos casos, la identificación con víctimas o perpetradores puede generar angustia, depresión o pensamientos obsesivos. Surette (2011) advierte que ciertos perfiles delictivos presentados de manera estilizada pueden generar fascinación imitativa en individuos emocionalmente vulnerables.

Otro grupo particularmente afectado son los hombres jóvenes con tendencias agresivas o identidades inestables, quienes pueden idealizar a criminales presentados como figuras carismáticas o transgresoras. Schmid (2005) analizó cómo la representación me-

diática de asesinos seriales ha contribuido a mitologías que pueden inspirar conductas imitativas. Aunque tales casos son poco frecuentes, su existencia exige especial precaución ética en el tratamiento de los perpetradores.

Desde el punto de vista social, también existe el riesgo de que ciertos espectadores se conviertan en «detectives aficionados», creyendo que pueden participar en casos reales mediante especulación digital. Como se analizó en páginas anteriores, este fenómeno puede derivar en acoso, difusión de datos privados o interferencia en investigaciones. Así, la participación digital sin regulaciones fomenta dinámicas de señalamiento que pueden arruinar reputaciones o poner en peligro a personas inocentes.

Ante estos riesgos, es necesario promover una ética de la recepción, articulada en torno a la formación crítica del espectador, fomentando recursos educativos y advertencias que enseñen a diferenciar la realidad de la representación. Los productores deben asumir además que su contenido tiene impacto social, evitando narrativas ambiguas o irresponsables. Se debe proteger con especial celo a los grupos más vulnerables, tales como menores o personas con dolencias psíquicas, mediante advertencias y limitación de determinados contenidos, y evitando banalizar y estetizar la violencia.

En definitiva, la recepción del *true crime* no puede dejarse al azar. La audiencia necesita herramientas críticas, y los creadores deben contribuir a construir un consumo responsable que no convierta la violencia real en un entretenimiento sin consecuencias.



## Conclusiones

El auge del *true crime* ha puesto en el centro de la cultura contemporánea un conjunto de relatos que, a la vez que informan y movilizan conciencias, pueden desvirtuar procesos judiciales, amplificar el dolor y alimentar imaginarios sociales simplificados. Este libro ha mostrado que el dilema no es la existencia del género, sino cómo se construye, para quién y con qué efectos, y que la ética —lejos de ser un obstáculo— es el camino para alcanzar la excelencia narrativa y la responsabilidad social.

A lo largo de los 21 dilemas abordados se ha evidenciado una tensión que vertebra toda la controversia en torno al género: la existente entre el interés público y el sensacionalismo, entre el derecho a la información y la protección de la dignidad, entre la transparencia narrativa y la minimización del daño. Estos ejes se traducen en principios operativos que, aplicados con rigor, permiten un *true crime* que investiga, contextualiza y protege. Y estos principios éticos irrenunciables son la veracidad y la proporcionalidad; el respeto a la presunción de inocencia; la salvaguarda de la privacidad y el consentimiento informado; la transparencia sobre las recreaciones y los límites de la evidencia, y una alfabetización activa de las audiencias.

El impacto sobre las víctimas y sus familias emerge como frontera ética innegociable. La revictimización de estas personas por exposición prolongada, la difusión de materiales sensibles y las especulaciones que cuestionan el carácter de quienes sufren son prácticas que deben evitarse; la regla de oro es preguntar, en cada decisión editorial, si la imagen, el sonido o la hipótesis aportan comprensión sustantiva o solo intensifican el espectáculo. La dignidad —antes que el impacto— es el criterio rector.

Del lado de los sospechosos y condenados, el género pierde su legitimidad social si sirve para transformar el mal en un modelo de negocio o en un trampolín de proyección pública del victimario. Un *true crime* legítimo repara más de lo que hiere, informa con rigor, mantiene a las víctimas en el centro y evita que los flujos económicos o reputacionales beneficien al agresor. Para ello, debe mantener una distancia crítica frente a la estetización del criminal y la construcción del «genio oscuro». La serialización y los recursos de empatía que humanizan al criminal pueden ser valiosos cuando desarmen simplificaciones, pero son nocivos si desplazan a las víctimas o si incentivan notoriedades que contaminan la memoria colectiva y la justicia. No hay pedagogía social sin límites narrativos claros. Y una actividad que desea ofrecer valor social no puede premiar de ninguna manera la perpetración de un daño.

El ecosistema digital añade tres desafíos que deberán ser abordados por todos los interesados en este género: la persistencia de los contenidos en internet, la gamificación del crimen y la expansión transnacional de las historias, con el riesgo de la consiguiente pérdida de

contexto. La circulación global de estas historias y la intervención en los canales digitales de «detectives aficionados» demandan protocolos explícitos para proteger identidades, advertir sobre contenidos sensibles y diferenciar, con marcas visibles, lo que es recreación, interpretación y hecho probado.

A continuación, se enumeran algunas recomendaciones operativas divididas respecto a los diversos grupos de interés que intervienen en la industria del *true crime*:

Recomendaciones para periodistas y creadores de contenidos:

- Adoptar una lista de verificación ética en cada proyecto garantizaría un estándar mínimo y serviría incluso como «sello de calidad» ante la audiencia. En esta lista cabría incluir el contraste de fuentes y la verificación exhaustiva de la información; la contextualización correcta de los hechos mediante la incorporación de voces adecuadas; la separación explícita entre hechos, hipótesis y opinión; la evaluación de daños previsibles; la claridad sobre el estado procesal del caso, y la renuncia a simplificaciones que redunden en estereotipos o teorías conspirativas que puedan perjudicar la imagen y la fama de determinadas personas o colectivos.
- Practicar la transparencia narrativa: la audiencia debe ser informada y advertida, mediante una adecuada señalización visual y/o sonora en el caso de recreaciones, y recibir avisos previos ante el material sensible. Además, debe ofrecerse una contextualización jurídica básica que facilite una correcta comprensión, e incluso una pedagogía en

torno a los procesos judiciales y los derechos de los encausados (derecho a un proceso justo, presunción de inocencia).

Para productores y equipos audiovisuales:

- Evaluar el impacto sobre víctimas y entornos (incluidos menores y personas no públicas), con la articulación del consentimiento informado continuo y de opciones de retirada.
- Limitar el uso de imágenes forenses y de archivos íntimos a lo estrictamente indispensable, aplicando la anonimización y una edición respetuosa.
- Reequilibrar el foco hacia las víctimas y contextos sociales; evitar la estetización del perpetrador y el «blanqueo» de su imagen.
- Colocar el negocio de las historias por encima del negocio del sufrimiento. Renunciar a prácticas que supondrían ganancias de algún tipo para los victimarios.

Para académicos:

- Profundizar en estudios de recepción y efectos cognitivo-emocionales del género (revictimización, «efecto CSI», cultura del miedo, impacto en la percepción social de la violencia, influencia en los jóvenes), con evidencias comparables por formatos y mercados.
- Investigar marcos de gobernanza de este tipo de contenidos: protocolos interplataforma para expandir la cultura de las advertencias, rotulación de recreaciones y estándares de protección de datos e intimidad *post mortem*.

Para plataformas y programadores:

- Incorporar políticas de distribución responsable: avisos granulares (advertencias de contenido detalladas y específicas que permiten que la audiencia tome una decisión informada sobre si consumir el contenido o no), desglosando exactamente qué tipo de situaciones se presentan; herramientas de control parental; restricciones de segmentación cuando existan colectivos vulnerables y protocolos para evitar campañas de acoso derivadas de un estreno.
- Ofrecer contexto localizado en mercados internacionales (glosarios legales, notas culturales), reduciendo malentendidos sobre procesos penales y roles institucionales.

Para público general:

- Practicar un consumo crítico: identificar recursos de persuasión (música, montaje, voz en *off*), distinguir las evidencias de la interpretación y evitar la participación en linchamientos digitales o especulaciones sobre personas reales.
- Analizar el eje narrativo: El espectador crítico debe observar si el relato prioriza la construcción del mito del criminal o si dignifica la memoria de las víctimas, evitando consumir contenidos que conviertan el trauma en un espectáculo estético o que omitan el impacto social del crimen. Para ello, será bueno que se cuestione si la historia pone el foco en el criminal y qué papel ocupa la víctima. Si se presenta al asesino como una figura incomprendida y si las imágenes empleadas se usan para

incrementar la comprensión o únicamente como recursos para generar impacto emocional.

### *Hacia un true crime con conciencia*

De este recorrido emerge una propuesta concreta: situar la minimización del daño como principio transversal. Ello implica reordenar prioridades (la dignidad antes que el «enganche»), reducir la sobreexposición, contextualizar legal y socialmente, y desactivar la tentación de la espectacularización cuando compromete la verdad y la justicia. En paralelo, el género ha demostrado su potencial para corregir fallas sistémicas, visibilizar condenas erróneas y activar reformas, y debemos preservar ese valor mediante el rigor metodológico y la humildad narrativa.

El futuro del *true crime* dependerá de que sus agentes —académicos, periodistas, productores, plataformas y audiencias— acepten que contar un crimen es intervenir en la memoria social. Esa intervención solo es legítima cuando explica más de lo que hiere, cuando escucha más de lo que juzga, y cuando protege más de lo que exhibe.

En suma, proponemos una ética proactiva y dialogante: hacer del *true crime* un espacio de comprensión y justicia simbólica, no de fascinación por el mal; un laboratorio de alfabetización mediática y de sensibilidad cívica que, sin renunciar a la potencia del relato, ponga la vida real —la de víctimas, familias y comunidades— por delante del espectáculo. Este es el compromiso que este libro invita a asumir.

## Referencias bibliográficas

- Aufderheide, P.; Jaszi, P.; Chandra, M. (2009). *Honest Truths: Documentary Filmmakers on Ethical Challenges in Their Work*. Center for Media and Social Impact. <https://cmsimpact.org/resource/honest-truths-documentary-filmmakers-on-ethical-challenges-in-their-work/>
- Aznar, H. (2005). *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales: Códigos y recomendaciones para los medios*. Paidós.
- Boling, K.S.; Slakoff, D.C. (2025). «What an invasion, an immense invasion»: Examining the adverse effects of true crime media on co-victims. *Crime, Media, Culture*. <https://doi.org/10.1177/17416590251371618>
- Busselle, R.; Bilandzic, H. (2009). Measuring Narrative Engagement. *Media Psychology*, 12 (4), 321-347. <https://doi.org/10.1080/15213260903287259>
- Butter, M.; Knight, P. (2020). *The Routledge handbook of conspiracy theories*. Routledge.
- Cámara, S. (2020). La lesión por medios digitales de la personalidad pretérita del fallecido (Vulneraciones del honor, intimidad, imagen y datos personales del difunto en redes sociales, y publicaciones digitales). *Revista de Derecho Civil*, 7(5), 117-174.
- Castro, T. (2024). Violencia y revictimización en redes sociales. *Transdigital*, 5(9), e328. <https://doi.org/10.56162/transdigital328>
- Cavender, G.; Fishman, M. (2018). Television reality crime programs: Context and history. In *Entertaining crime* (pp. 3-15). Routledge.
- Cecil, D.K. (2020). *Fear, justice, and modern true crime*. Lynne Rienner Publishers.
- Chiricos, T.; Eschholz, S. (2002). The Racial and Ethnic Typification of Crime and The Criminal Typification of Race and Ethnicity in Local Television News. *Journal of Research in Crime and Delinquency*, 39(4), 400-420. <https://doi.org/10.1177/002242702237286>
- Chomsky, N.; Herman, E.S. (1990). *Los guardianes de la libertad: Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas* (Trad. C. Castells). Crítica.
- Clements, D. (2015). The CSI Effect. En J.L. Patterson, «A show that proves the worst monsters are real»: *Media and social me-*

- dia impact on criminal trials and post-conviction guilt as perceived by criminal justice students* (p. 3). [Master's thesis, The University of Texas at Arlington].
- Convención sobre los Derechos del Niño, 20 de noviembre de 1989, 1577 U.N.T.S. 3. <https://www.ohchr.org/es/instruments-mechanisms/instruments/convention-rights-child>
- Dana, C. (2025). Femininity on trial: decoding female violence in true crime documentary. *Feminist Media Studies*, 25(3), 560-575. <https://doi.org/10.1080/14680777.2023.2296859>
- Dixon, T.L. (2006). Psychological reactions to crime news portrayals of black criminals: Understanding the moderating roles of prior news viewing and stereotype endorsement. *Communication Monographs*, 73(2), 162-187. <https://doi.org/10.1080/03637750600690643>
- Dixon, T.L. (2008). Crime news and racialized beliefs: Understanding the relationship between local news viewing and perceptions of African Americans and crime. *Journal of Communication*, 58(1), 106-125. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2007.00376.x>
- Dixon, T.L.; Azocar, C.L. (2007). Priming crime and activating blackness: Understanding the psychological impact of the overrepresentation of blacks as lawbreakers on television news. *Journal of Communication*, 57(2), 229-253. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2007.00341.x>
- Donovan, J. (2008). Deconstructing Disinformation's Threat to Democracy. *The Fletcher Forum of World Affairs*, 44(1), 153-160. <https://www.jstor.org/stable/48599286>
- Dowler, K.; Fleming, T.; Muzzatti, S.L. (2006). Constructing crime: Media, crime, and popular culture. *Canadian Journal of Criminology and Criminal Justice*, 48(6), 837-850.
- Echaniz, A.; Pagola, J. (2004). *Ética del profesional de la comunicación*. Bilbao: Desclee de Brouwer.
- ElDiario.es. (2008, marzo 10). *El juez autorizó la emisión de la miniserie «Fago» en TVE*. [https://www.eldiario.es/vertele/videos/actualidad/autorizo-emision-miniserie-fago-tve\\_1\\_7776979.html](https://www.eldiario.es/vertele/videos/actualidad/autorizo-emision-miniserie-fago-tve_1_7776979.html)
- ElDiario.es. (2011, enero 17). *Los gazapos de «Operación Malaya. La película» en TVE*. [https://www.eldiario.es/vertele/videos/actualidad/gazapos-operacion-malaya-pelicula-tve\\_1\\_7737360.html](https://www.eldiario.es/vertele/videos/actualidad/gazapos-operacion-malaya-pelicula-tve_1_7737360.html)
- Federación de Asociaciones de Periodistas de España. (2017). *Código deontológico*. <https://fape.es/home/codigo-deontologico-1>
- Fernández, M.C. (2020). Criminalización diferencial de jóvenes en los medios masivos. *La Trama de la Comunicación*, 24(1), 99-122. Universidad Nacional de Rosario. ISSN 1668-5628 / 2314-2634.
- Finkelhor, D. (2008). *Childhood victimization: Violence, crime, and abuse in the lives of young people*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195342857.001.0001>
- Fishman, M.; Cavender, G. (eds.) (1998). *Entertaining crime. Television reality programs*. New York, NY: Aldine de Gruyter.
- García-Marzá, D. (2004). Ética de la publicidad. En J. Conill;

- V. Gozálviz, (coords.), *Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual* (111-135). Barcelona: Gedisa.
- Garrido, V. (2024). El género *true crime* y la criminología: una introducción. *Boletín Criminológico*, (30). <https://doi.org/10.24310/bc.30.2024.20681>
- Gaynor, S.M. (2024). «Bones are life!» Truecrime podcasting, self-promotion and the vernaculars of Instagram with *Cult Liter. Popular Communication*, 22(1), 1-16. <https://doi.org/10.1080/15405702.2023.2281581>
- Gerbner, G.; Gross, L.; Morgan, M.; Signorielli, N. (1986). Living with television. In *Perspectives on media effects* (pp. 17-40). Lawrence Erlbaum.
- Greer, C.; Reiner, R. (2012). 'Mediated Mayhem: Media, Crime and Criminal Justice', in M. Maguire; R. Morgan; R. Reiner (eds.) *Oxford Handbook of Criminology*, fifth edition, Oxford: Oxford University Press, pp. 34 (ISBN: 978-019959027-8)
- Gutiérrez-Martín, A.; Tyner, K. (2012). Media education, media literacy and digital competence. [Educación para los medios, alfabetización mediática y competencia digital]. *Comunicar*, 38, 31-39. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-03>
- Herrera, M. (2025). True re-victimization: el expolio de historias victimales por la industria del ocio multimedia. *Revista de Victimología/Journal of Victimology*, (19), 123-162. <https://doi.org/10.12827/RVJV.19.05>
- Hoffman, J.R.; Martin, S. (Creators). (2021-2025). *Only Murders in the Building* [TV series]. 20th Century Fox Television; 20th Television; Rhode Island Ave. Productions. <https://www.filmaffinity.com/es/film895692.html>
- Hortal, A. (2002). *Ética general de las profesiones*. Bilbao: Desclee De Brouwer.
- Hurwitz, J.; Peffley, M. (1997). Public perceptions of race and crime: The role of racial stereotypes. *American Journal of Political Science*, 41(2), 375-401. <https://doi.org/10.2307/2111769>
- Igartua, J.J. (2007). *Persuasión narrativa: El papel de la identificación con los personajes a través de las culturas*. Editorial Club Universitario.
- Jewkes, Y. (2015). *Media and crime* (3.ª ed.). SAGE Publications Ltd.
- Kerrigan, G. (2022). Investigating the role of impression management in fostering antihero-audience relationships. *Cogito, Journal of Philosophy*, 14(2), 103-125.
- Koth, Z. (2023). *Depictions and perceptions of gender, violence, and crime in true crime media* [Master's thesis, Northern Arizona University].
- Kunst, M. (2021). References to nationality in crime reporting: Effects on perceived news credibility and the moderating role of xenophobia. *Studies in Communication and Media*, 10(3), 307-322.
- Lankford, A. (2016). Fame-seeking rampage shooters. *Aggression and Violent Behavior*, 27, 122-129.
- Lima, G. (2014). *When women kill* [Master's thesis, East Tennessee State University].
- Lipschultz, J.H. (2023). *Social media communication: Concepts, prac-*

- tices, data, law and ethics. Routledge.
- Loftus E.F. (2005). Planting misinformation in the human mind: a 30-year investigation of the malleability of memory. *Learning & memory (Cold Spring Harbor, N.Y.)*, 12(4), 361-366. <https://doi.org/10.1101/lm.94705>
- López-Yepes, J. (2016). *Introducción a la ética de la información periodística en el cine*. Instituto de la Comunicación Académica.
- Lyons, S. (2021). The (anti-)hero with a thousand faces: Reconstructing villainy in The Sopranos, Breaking Bad, and Better Call Saul. *Canadian Review of American Studies*, 51(3), 387-410.
- MacIntyre, A. (2001). *Tras la virtud*. Barcelona: Crítica.
- Maddalena, S.N. (2021). *True crime female audiences and social media engagement: A uses and gratifications study* [Master's thesis, University of Nebraska at Omaha].
- Marauri, Í.; Rodríguez-González, M.D.M. (2011). Ética desde la práctica: pautas y claves en la actuación de un periodista durante la cobertura de un suceso. In *Ponencia presentada en el I Congreso Internacional de Ética de la Comunicación, de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla* (Vol. 29, p. 30).
- Méndiz, A.; Sánchez-Esparza, M. (2024). Recurrent frames in true crime: comparative analysis of the Wanninkhof Case: Narrative Patterns in the Newspaper Story and the HBO Documentary 'Dolores'. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review Revista Internacional De Cultura Visual*, 16(3), 49-62. <https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.5200>
- Meyers, M. (1997). *News coverage of violence against women: Engendering blame*. SAGE Publications, Inc., <https://doi.org/10.4135/9781452243832>
- Murley, J. (2009). *The Rise of True Crime* [Video]. YouTube. CUNYQueensborough.
- Neimeyer, R.A. (2006). *Re-storying loss: Fostering growth in the posttraumatic narrative*. En L.G. Calhoun; R.G. Tedeschi (Eds.), *Handbook of posttraumatic growth: Research and practice* (pp. 68-80). Lawrence Erlbaum Associates.
- Newman M.Z.; Levine, E. (2012). *Legitimizing television: Media convergence and cultural status*. Routledge.
- Nichols, B. (2017). *Introduction to documentary* (3rd ed.). Indiana University Press.
- Nissenbaum, H. (2010). *Privacy in context: Technology, policy, and the integrity of social life*. Stanford University Press.
- Patterson, J.L. (2023). «A show that proves the worst monsters are real»: *Media and social media impact on criminal trials and postconviction guilt as perceived by criminal justice students* [Master's thesis, The University of Texas at Arlington].
- Peck, R. (2018). *The race card: Serial storytelling and racial injustice*. University of California Press.
- Peelo, M. (2006). Framing homicide narratives in newspapers: Mediated witness and the construction of virtual victimhood. *Crime, Media, Culture: An International Journal*, 2(2), 159-175. <https://doi.org/10.1177/1741659006065404>
- Riches G.; Dawson P. (1998). Lost

- children, living memories: the role of photographs in processes of grief and adjustment among bereaved parent. *Death Studies*, 22(2):121-40. doi: 10.1080/074811898201632
- Rodrigo-Alsina, M. (1999). El conocimiento del sistema penal: alarma social y medios de comunicación. En E. Larrauri (Ed.), *Política criminal* (pp. 71-90). *Cuadernos de Derecho Judicial*, nº 4.
- Romero, L.R. (2020). Narrativas del crimen en los documentales de no ficción: éxito del *true crime* en las plataformas VOD. *Revista panamericana de comunicación*, 2(2), 11-20.
- Roscoe, J.; Hight, C. (2001). *Faking it: Mock-documentary and the subversion of factuality*. Manchester University Press.
- Sánchez-Aranda, J.J.; Rodríguez-Andrés, R. (1999). Profesionalidad y ética. El caso de los periodistas españoles. *Communication & Society*, 12(2), 93-114.
- Sánchez-Esparza, M.; Méndiz, A., (2025b). Cuando es el lobo quien narra el cuento: la perspectiva del asesino en el 'true crime'. *The Conversation*, 3.IX.2025. DOI: 10.64628/AAO.3s7k45env
- Sánchez-Esparza, M.; Méndiz, A. (2025a). The Narrator's Perspective in True Crime: The Case of the Urban Guard in TV3 and Netflix Productions. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review Revista Internacional De Cultura Visual*, 17(4), 55-68. <https://doi.org/10.62161/revvisual.v17.5408>
- Sánchez-Esparza, M.; Ordoñez Pérez, A.B. (2016). *Juicios mediáticos y presunción de inocencia*. Editorial Ley 57.
- Sánchez-Esparza, M.; De Juan, C.; Palella, S. (2025). Justicia y espectáculo: La cobertura audiovisual de los juicios mediáticos. En L. Teruel Rodríguez (Ed.), *Los medios de comunicación ante la desinformación, inteligencia artificial, discursos de odio, teorías de la conspiración* (pp. 85-110). Tirant lo Blanch. <https://hdl.handle.net/10115/134857>
- Sánchez-Esparza, M.; Méndiz-Noguero, A.; Berlanga-Fernández, I. (2023). La narrativa transmedia en los true crime: del relato periodístico a las pantallas. El caso de Lucía en la telaraña. *Literatura y lingüística*, (48), 19-46. <https://dx.doi.org/10.29344/0717621x.48.3255>
- Schmid, D. (2005). *Natural born celebrities: Serial killers in American culture*. University of Chicago Press.
- Seltzer, M. (1998). *Serial killers: Death and life in America's wound culture*. Routledge.
- Seltzer, M. (2004). The Crime System. *Critical Inquiry*, 30, 557-583.
- Shelton, D.E. (2008). The CSI effect: Does television alter jury behavior? *Court Review*, 45(1), 18-24.
- Sherrill, L.A. (2022). The «Serial Effect» and the True Crime Podcast Ecosystem. *Journalism Practice*, 16(7), 1473-1494. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1852884>
- Solove, D. (2007). *The future of reputation: Gossip, rumor, and privacy on the Internet*. Yale University Press.
- Soto, J.E. (2025). De Analista a Analista: Narrar el crimen sin traicionar la justicia. *Cuadernos de criminología: revista de criminología y ciencias forenses*, (65), 27-28.

- Steele, J.E. (2020). A history of censorship in the United States. *Journal of Intellectual Freedom and Privacy*, 4(2), 1-35.
- Sunstein, C.R.; Vermeule, A. (2008). *Conspiracy Theories*. SSRN. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1084585>
- Surette, R. (2011). *Media, Crime, and Criminal Justice: Images, Realities, and Policies* (4th). Belmont, CA: Wadsworth.
- Taggart, M. (2024). *An affective disposition theory account of audience responses to true crime films: Examining how familiarity with protagonists interacts with character morality to determine liking* [Master's thesis, The State University of New York at Buffalo].
- Toobin, J.; Brill, S.; Clooney, G.; McGinn, B.; Sterman, J.; Gelb, D.; Shepard, S. (productores ejecutivos). (2020) *Trial by Media* [Serie de televisión]. Netflix. <https://www.netflix.com/title/80198329>
- Transforming Society, podcast. (2025, 4 de diciembre). *How true crime stories shape society* [Episodio de pódcast de audio]. Acast. <https://www.transformingsociety.co.uk/2025/12/04/podcast-how-true-crime-stories-shape-society/>
- Turner, J. (2022). *Citizen detectives and digital investigations*. Routledge.
- Van Antwerpen, N.; Green, E.G.T., Sturman, D.; Searston, R.A. (2023). *Navigating Scientific Disagreement: The Effect of Expertise, Interestedness, and Scientific Literacy on Trust in Scientists and Belief in Science Claims*. <https://doi.org/10.31234/osf.io/b2xeg>
- Ward, S.J. (2016). *Ethical journalism: A guide for the profession*. Rowman & Littlefield.
- Ward, S.J. (2018). *Ethical journalism in a populist age: The democratically engaged journalist*. Bloomsbury Publishing PLC.
- Yez, L. (2020). Desafíos éticos de la cobertura televisiva de un hecho traumático. *Cuadernos.Info*, (32), 39-46. <https://doi.org/10.7764/cdi.32.494>

# Catálogo

# TÍTULOS PUBLICADOS

## colección Periodística

---

- 1-El Titular. Tratado sobre las técnicas, modalidades y otros artificios propios de la titulación periodística (Segunda Edición, ampliada y revisada). *Antonio López Hidalgo.*
- 2-Del papel a la pantalla. La prensa en internet. *Concha Edo Bolós.*
- 3-Géneros periodísticos complementarios. Una aproximación crítica a los formatos del periodismo visual. *Antonio López Hidalgo.*
- 4-Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de internet en la noticia las fuentes y los géneros. *Concha Edo Bolós.*
- 5-Producción periodística y nuevas tecnologías. Estrategias de la prensa ante la convergencia mediática. *Pedro Antonio Rojo Villada.*
- 6-Historia crítica del fotoperiodismo occidental. *Jorge Pedro Sousa.*
- 7-El editorial. Un género periodístico abierto al debate. *Maria Ángeles Fernández Barrero.*
- 8-La televisión digital en España. *Gema Alcolea Díaz.*
- 9-La construcción del mito a través de la Prensa. El caso Bin Laden. *Flora Marín; José I. Armentia; José M. Caminos; Aintzane Alberdi.*
- 10-El periodista on line: de la revolución a la evolución. *Bella Palomo Torres.*
- 11-Desafíos de la Comunicación Local. Guía para la práctica de la información en los ámbitos de proximidad. *Xosé López García.*
- 12-Los heraldos de acero. La propaganda de guerra y sus medios. *Adrián Huici (coord.).*
- 13-El periodista en su soledad. *Antonio López Hidalgo.*
- 14-¡Peligro! Periodistas. Un análisis crítico del oficio de informar. *Luis Minguez Santos.*
- 15-Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España. *Ramón Salaverría (coordinador).*
- 16-El zumbido del moscardón. Periodismo, periódicos y textos periodísticos. *José Luis Martínez Albertos.*
- 17-Teoría del periodismo. *Felipe Pena de Oliveira.*
- 18-Noticias a la carta. Periodismo de declaraciones o la imposición de la agenda. *Miguel Ángel Vázquez Bermúdez.*
- 19-La eficacia de lo sencillo. Introducción a la práctica del periodismo. *Fernando Sabés Turmo; José Juan Verón Lassa.*
- 20-La enseñanza del ciberperiodismo. De la alfabetización digital a la alfabetización ciberperiodística. *Santiago Tejedor Calvo.*
- 21-La radio en Iberoamérica. Evolución, diagnóstico y prospectiva. *Arturo Merayo Pérez (coordinador).*
- 22-Dramaturgia audiovisual. Guión y estructuras de informativos en radio y televisión. *Michel D. Sudrez Sian.*
- 23-El Candidato. Manual de relaciones con los medios. *Julio César Herrero; Amalio Rodríguez.*
- 24-Transformar la televisión. Otra televisión es posible. *Bienvenido León (coordinador).*
- 25-Ciberperiodismo en la proximidad. *Xosé López García.*
- 26-La gestión de la información en la administración local. *Fernando Sabés Turmo y José Juan Verón Lassa.*
- 27-Pensamiento comunicacional latinoamericano. Entre el saber y el poder. *José Marques de Melo.*
- 28-Gabinetes de comunicación on line. Claves para generar información corporativa en la red. *Berta García Orosa.*
- 29-Los retos de las televisiones públicas. Financiación, servicio público y libre mercado. *Rosario de Mateo Pérez y Laura Bergés Saura.*
- 30-Gestión de empresas de comunicación. *Rosario de Mateo; Laura Bergés y Marta Sabater.*
- 31-Telerrealidad. El mundo tras el cristal. *Bienvenido León (coordinador).*
- 32-La especialización en el periodismo. Formarse para informar. *Idoia Camacho (coordinadora).*
- 33-El cambio mediático. *Francisco Campos Freire (coordinador).*
- 34-Evolución tecnológica y cibermedios. *Maria Ángeles Cabrera (coordinadora).*
- 35-Cómo elaborar informativos en radio. *Juan Tomás Luengo.*
- 36-La telaraña mediática. Cómo conocerla, cómo comprenderla. *Ramón Reig.*
- 37-Desarrollos del periodismo en internet. *Mariano Cebrián Herrerros (coordinador).*
- 38-El reportaje periodístico. Una radiografía de la realidad. *Begoña Echevarría.*
- 39-La metamorfosis del periodismo. *Xosé López García.*
- 40-Informativos para la televisión del espectáculo. *Bienvenido León (coordinador).*
- 41-Lobby y comunicación. El lobbying como estrategia comunicativa. *Antonio Castillo Esparcia.*
- 42-La comunicación en el hospital. La gestión de la comunicación en el ámbito sanitario. *Carmen Costa Sánchez.*
- 43-Claves para gestionar la comunicación política local. *Rocío Zamora Medina (editora).*
- 44-El nuevo escenario mediático. *Francisco Campos Freire (coordinador).*
- 45-Del gabinete de prensa al gabinete de comunicación. *Ana Almansa Martínez.*
- 46-La gestión de la comunicación en las organizaciones. *Miguel Tüñez.*
- 47-La televisión pública a examen. *Bienvenido León (coordinador).*
- 48-Periodismo en televisión. Nuevos horizontes, nuevas tendencias. *Andreu Casero Ripollés y Javier Marzal Felici (coordinadores).*
- 49-La columna. Literatura y periodismo en un género plural (Segunda Edición). *Antonio López Hidalgo.*
- 50-Periodismo empresarial e institucional. *Mariano Cebrián Herrerros.*

- 51-La entrevista periodística. Voz impresa. *Begoña Echevarría Llombart*.
- 52-Movimientos periodísticos. *Xosé López García*.
- 53-La televisión ante el desafío de internet. *Bienvenido León* (coordinador).
- 54-Áreas del periodismo. *Bernardino Cebrán; Luis María Mirón* (coordinadores).
- 55-Periodismo de inmersión para desenmascarar la realidad *Antonio López Hidalgo y M<sup>a</sup> Angeles Fernández Barrero*.
- 56-Norma y estilo en los libros de redacción. Hacia un modelo lingüístico del discurso informativo *Javier Vellón Laboz*.
- 57-Entretenimiento televisivo basado en hechos reales. Géneros, formatos y tendencias *Bienvenido León* (coordinador).
- 58-Detrás de las cámaras. Un manual para profesionales de la televisión *Bienvenido León* (coord.).
- 59-Periodismo, medios de comunicación y cambio climático *Bienvenido León* (coordinador).
- 60-Nuevas miradas al documental. *Bienvenido León* (coordinador).
- 61-Políticas de impulso a las industrias audiovisuales. *Francisco Javier Gómez Pérez* (coordinador).
- 62-Periodismo digital: redes, audiencias y modelos de negocio. *Guillermo López García*.
- 63-Nuevos y viejos paradigmas de la Televisión Pública. Alternativas a su gobierno y (des)control. *Ana María López Cepeda*.
- 64-Fundamentos del marketing digital. *José Sixto García*.
- 65-Periodismo literario. El arte de contar historias *Luis Guillermo Hernández*.
- 66-Periodismo Cómic. Una historia del género desde los pioneros hasta Joe Sacco *Diego Matos Agudo*.
- 67-Generación efímera. La comunicación de las redes sociales en la era de los medios líquidos *José Manuel Noguera Vivo*.
- 68-Gestión profesional de redes sociales. Rutinas y estrategias de *Community Management* *José Sixto García*.
- 69-Periodismo narrativo en América Latina *Antonio López Hidalgo* (coordinador).
- 70-Persuasión y neurociencias. Apelar al cerebro. *Francisco Javier García Sanz y José Rúas Araújo*.
- 71-El periodismo que contará el futuro *Antonio López Hidalgo*.
- 72-Desigualdades de género en el periodismo *Belén Galletero Campos* (coordinadora).
- 73-Ecosistema de cibermedios en España *Carlos Toural-Bran y Xosé López-García* (coords.).
- 74-Fundamentos y áreas de la Comunicación Audiovisual. *Antonio J. Baladrón Pazos*.
- 75-Transparencia mediática, oligopolios y democracia. ¿Quién nos cuenta el cuento? *Manuel Chaparro, Victoria Gabilondo y Lara Espinar* (coords.).
- 76-Nuevos perfiles profesionales para el mercado periodístico. *María José Ufarte Ruiz* (coord.).
- 77-Tecnologías del ecosistema periodístico. *Jesús Miguel Flores Vivar* (coordinador).
- 78-El Radioteatro. Olvido, renacimiento y su consumo en otras plataformas. *Paloma López Villafraña y Silvia Olmedo Salar* (coordinadoras).
- 79-Periodismo y ciberseguridad en tiempos de incertidumbre. *José Luis Manfredi Sánchez; M<sup>a</sup> José Ufarte Ruiz; José M<sup>a</sup> Herranz de la Casa* (coordinadores).
- 80-El periodismo en tiempos de realidad virtual. *M<sup>a</sup> José Ruiz Acosta; Antonio López Hidalgo* (coords.).
- 81-Sociedad digital y empleabilidad en Comunicación. *Marta Perlado Lamo de Espinosa; Nicolás Grijalba de la Calle* (coordinadores); *Hipólito Vivar Zurita* (editor).
- 82-Docencia e Investigación en Comunicación en España. *M<sup>a</sup> del Mar Ramírez Alvarado; Jorge Clemente Mediavilla* (coordinadores).
- 83-La Comunicación Política en la era de la Mediatización. *Antón R. Castromil; María Luisa Humanes; Luis García Tojar* (coordinadores).
- 84-Mediaciones y conflictos armados. *Juan Antonio Gaitán; Ángel Ibáñez; José Luis Piñuel* (editores).
- 85-La formación de investigadores en Comunicación. *Miguel Baños González; Francesc A. Martínez Gallego; Natalia Papi Gálvez* (coords.).
- 86-Formatos sonoros radiofónicos. *Paloma López Villafraña*.
- 87-Videojuegos. Comunicación y persuasión. *Beatriz Legerén Lago* (coord.).
- 88-Turismo inducido por el audiovisual. Revisión metodológica y propuestas de transdisciplinariedad. *Jorge Nieto Ferrando; Antonia del Rey Reguillo; Eva Martín Fuentes* (coords.).
- 89-Debates electorales en televisión y redes sociales en España. *José Rúas y Julia Fontenla* (coords.).
- 90-Visiones juveniles de un futuro que se virtualiza. *Manuel Martín Serrano y Olivia Velarde Hermida* (coords.).
- 91-Tecnologías que condicionan el periodismo. *Maritza Sobrados León; María José Ruiz Acosta* (eds.).
- 92-Medios nativos digitales en España. Caracterización y tendencias. *Ramón Salaverría y María del Pilar Martínez-Costa* (coords.).
- 93-Redes en campaña. Liderazgos y mensajes en las elecciones de 2019. *Guillermo López García y Eva Campos Domínguez* (eds.).
- 94-Los peligros que acechan al periodismo. *Isaac López Redondo y Maritza Sobrados-León* (coords.).
- 95-La alfabetización mediática e informacional en las facultades de Comunicación en España. Observatorio ATIC, 5. *Charo Sádaba Chalezquer; Patricia Núñez Gómez y José Manuel Pérez Torno* (editores).
- 96-El debate público en la red. Polarización, consenso y discursos del odio. *Enrique Arroyas Langa; Pedro Luis Pérez-Díaz y María Pérez-Escobar* (eds.).
- 97-Ciudades globales. Diplomacia, sostenibilidad y estrategias de comunicación. *María José Ufarte Ruiz y Luis Mauricio Calvo Rubio* (coords.).
- 98-El problema de la verdad. Retos y riesgos en la comunicación. *Francisco J. Caro-González; Manuel Garrido-Lora; Mar García-Gordillo* (eds.).
- 99-Periodismo en red. Acción y reflexión. *Andreu Castellet; Joan Pedro-Carañana* (eds.).
- 100-Calidad periodística. Retos en tiempos de desinformación, precariedad y polarización. *Dolors*

- Palau-Sampio; Juan Francisco Gutiérrez Lozano; Mar García-Gordillo* (eds.).
- 101-Esports.Comunidad, broadcasters y desarrollo de negocio. *Ángel Bartolomé Muñoz de Luna y Sonia Martín Gómez*.
- 102-El impacto social de la universidad en la transferencia de conocimiento. Observatorio ATIC, 6. *Jorge Clemente Mediavilla; Dimitrina J. Semova* (editores).
- 103-Estructura y Poder de la Comunicación. Entre la libertad, la dependencia y la «esclavitud digital». *Ramón Reig*.
- 104-El arte de la entrevista en Antonio López Hidalgo. *María José Ufarte Ruiz*.
- 105-Narrativas digitales contra la desinformación. Verificación de datos y alfabetización en la sociedad digital. *María Isabel Míguez González; Alberto Dafonte Gómez* (coords.)
- 106-La radio informativa en España. De la censura a la libertad. *Domingo González González*.
- 107-Innovar en innovación televisiva. Análisis de casos de éxito en los medios públicos europeos. *César Feirás Ceide; Miguel Tíñez López; Marta Rodríguez Castro* (eds.)
- 108-Periodismo e inteligencia artificial. Aplicaciones y desafíos profesionales. *Sonia Parratt Fernández; Javier Mayoral Sánchez; María Ángeles Chaparro Domínguez* (eds.).
- 109-Creación de proyectos sonoros. Prácticas y experiencias en la era de la audificación. *Paloma López Villafraña* (editora).
- 110-Periodismo digital. Ecosistemas, plataformas y contenidos. *Dafne Calvo; Guillermo López García; Joaquín Aguilar Torres*.
- 111-La inteligencia artificial y la transformación del periodismo. *Francisco José Murcia Verdú; Rubén Ramos Antón* (coords.).
- 112-Medios, servicio público y políticas de comunicación en América Latina, España y Portugal. *Aurora Labio-Bernal; Carlos del Valle-Rojas* (eds.).
- 113-Obsolescencia informativa programada. Incidencias de lo local a lo global. *Montserrat Jurado Martín; Carmen María López Rico* (eds. y dirs.).
- 114-Inteligencia Artificial: retos y oportunidades para la formación y el empleo en el ámbito de la comunicación. *Jordi Sánchez Navarro; Pedro Hellín Ortúño* (editores).
- 115-De nativos a integrados. Treinta años de transformación digital de los medios en España. *Berta García Orosa; Jorge Vázquez Herrero; Xosé López García* (editores).
- 116-Bots, trols y PSM. Cómo la IA va a cambiar los medios públicos. *César Feirás Ceide; Miguel Tíñez López; Isaac Maroto González* (editores).
- 117-Perturbaciones informativas. Desinformación y mediatización digital. *Daniel H. Cabrera Altieri; Guillermo López García; Eva Campos Domínguez* (coordinadores).
- 118-Viaje al país de la soledad. *Domingo González González*.

## colección Espacio Iberoamericano

- 1-La Comunicación Mundo: releer un mundo transfigurado por las comunicaciones. *Antonio Pasquali*.
- 2-Comunicación política en México. Retos y desafíos ante el proceso democratizador global. *Silvia Molina y Norma Pareja* (coordinadoras).
- 3-Qué pasa con el estudio de los medios. Diálogo con las Ciencias Sociales en Iberoamérica. *Raúl Fuentes Navarro, Enrique E. Sánchez Ruiz y Raúl Trejo Delarbre*.
- 4-Comunicación y culturas del consumo. *María Aparecida Baccaga* (coordinadora).
- 5-Educación, ciencia y cultura. Miradas introspectivas a las comunidades universitarias en México. *Lucila Hinajosa Córdova* (coordinadora).
- 6-Políticas de comunicaciones. Un estudio comparado: Brasil, España, Estados Unidos, México e Venezuela. *Sayonara Leal; Murilo César Ramos; Elen Geraldes* (orgs.).
- 7-Matrices culturales del neoliberalismo: una odisea barroca. *Eliseo R. Colón Zayas*.
- 8-Pluralismo menguante. Elecciones y libertad de expresión en la Venezuela de Chávez (1999-2012). *Andrés Cañizalez*.
- 9-Comunicación aplicada. Teoría y método. [Comunicação aplicada. Teoria e método.] *Damián Fernández Pedemonte* (coordinador).
- 10-La mediatización social. *Pablo Arredondo Ramírez*.
- 11-Frentes digitales. Totalitarismo tecnológico y transcultura. *Antonio García Gutiérrez*.
- 12-La comunicación pensada desde América Latina (1960-2009). *Erick Rolando Torrico Villanueva*.
- 13-Comunicación, campo(s), teorías y problemas. Una perspectiva internacional. *Eduardo Vizer y Carlos Vidales* (coordinadores).
- 14-Centralidad y marginalidad de la comunicación y su estudio. *Raúl Fuentes Navarro*.
- 15-Pensar la comunicación desde las periferias. *Leonarda García-Jiménez; Susana Torrado-Morales; Juan José Sánchez-Soriano* (eds.).
- 16-Hacia una teoría cibersemiótica de la comunicación. Fundamentos conceptuales. *Carlos Vidales*.

## colección Contextos

---

- 1-El terror en el cómic. *Jorge D. Fernández; Jesús Jiménez Varea; Antonio Pineda* (eds.).
- 2-Las Comisiones Filmicas. Un nuevo dispositivo para la promoción audiovisual. *Marcelo A. Martínez Hermida* (director).
- 3-La Comunicación Publicitaria. Antecedentes y tendencias en la Sociedad de la Información y el Conocimiento. *Raúl Eguizabal Maza* (coord.).
- 4-E-comunicación. Dimensiones sociales y profesionales de la comunicación en los nuevos entornos tecnológicos. *Juan Miguel Aguado Terrón* (coord.).
- 5-Contenidos.eu. Las nuevas tecnologías de la información ante la diversidad cultural y lingüística de Europa. *Mª Paz Hinojosa Mellado y Pedro Antonio Rojo Villada*.
- 6-Comunicación y deporte. Nuevas perspectivas de análisis. *Joaquín Marín Montín* (coordinador).
- 7-Internet y libertad. Ampliación tecnológica de la esencia humana. *Mª Asunción Gutiérrez*.
- 8-El cine ¿muerte o transfiguración? La disolución del lenguaje cinematográfico en el universo audiovisual. *Antonio G. Ruiz Jiménez*.
- 9-El investigador en su laberinto. La tesis, un desafío posible. *Francisco Perujo Serrano*.
- 10-Rompiendo moldes. Discurso, géneros e hibridación en el siglo XXI. *Piedad Fernández Toledo* (coordinadora).
- 11-La televisión digital terrestre en Murcia. *Pedro Hellín; Pedro A. Rojo; César San Nicolás. Ana Sedeño Valdellos* (coordinadora).
- 12-El cine y otras miradas. Contribuciones a la educación y a la cultura audiovisual. *Victor Manuel Amar Rodríguez*.
- 13-Imaginar la realidad. Ensayos sobre la representación de la realidad en el cine, la televisión y los nuevos medios. *Marta Torregrosa Puig* (coord.).
- 14-Memoria histórica e identidad en cine y televisión. *Juan Carlos Ibáñez y Francesca Anania* (coordinadores).
- 15-Los niños y el negocio de la televisión. *Pilar Fernández Martínez y otros*.
- 16-Historia y estética del videoarte en España. *Ana Sedeño Valdellos* (coordinadora).
- 17-La revolución digital y la Sociedad de la Información. *Guiomar Salvat y Vicente Serrano*.
- 18-Industrias culturales. El modelo nórdico como referencia para España. *Mariano Cebrián; Javier Maestro; Ángel L. Rubio* (editores).
- 19-Yo, mi, me, conmigo. El triunfo de la Generation Me en los discursos comunicacionales. *Susana Torrado; Gabri Ródenas; José Gabriel Ferreras* (coordinadores).
- 20-Les damos un repaso a los superhéroes. Un estudio multidisciplinar. *Sara Robles* (coordinadora).
- 21-Españolas en un país de ficción. La mujer en el cine franquista (1939-1963). *Fátima Gil Gascón*.
- 22-Deporte, comunicación y cultura. *Joaquín Marín Montín* (coordinador).
- 23-Qué es un niño hoy. Reflexiones sobre el cambio. *Alejandra Walzer* (coordinadora).
- 24-La Guerra Civil televisada. La representación de la contienda en la ficción y el documental españoles. *Sina Hernández Corchete* (editora).
- 25-Revistas femeninas de alta gama. Crónica de un desdén. *María Garrido Rodríguez*.
- 26-Periodismo y memoria histórica. La contribución del periodismo en la recuperación de la memoria histórica a partir de testimonios orales. *Margarita Antón Crespo; María Estrella Alonso del Barrio; Ana Fuertes Zapatero* (coords.).
- 27-Las Brigadas Internacionales. Estudio multidisciplinar sobre los testimonios orales de sus protagonistas. *Ana Fuertes Zapatero; María Cadilla Baz* (coords.).
- 28-El reportero Billie Wilder. *Simón Peña Fernández*.
- 29-Cortometrajes de Kimuak. Semillas del cine vasco. *Ainhoa Fernández de Arroyabe; Nekane E. Zubiaur; Inaki Lazkano*.
- 30-Cine documental e inmigración en España. Una lectura sociocrítica. *Pablo Marín Escudero*.
- 31-Ideología y propaganda en el cine del Tercer Reich. Cuando el cine alemán se afilió al nazismo. *Marco da Costa*.
- 32-Cine vasco. Una historia política y cultural. *Rob Stone; María Pilar Rodríguez*.
- 33-La memoria televisada: «Cuéntame cómo pasó». *Laura Pousa*.
- 34-Crisis económica e implantación de la Sociedad de la Información (Países Nórdicos & España). *Juan José Fernández-Sanz; Kirsti Baggethun y Julio Larrañaga-Rubio* (editores).
- 35-Las Industrias culturales y creativas y su Índice de potencialidad. *Antonio Castro Higuera*.
- 36-Soñando sobre ruedas. Brand Placement del sector del automóvil en el cine de los Estados Unidos. *Alicia Martín García*.
- 37-Cine y Series. La promiscuidad infinita. *Alberto N. García Martínez y María J. Ortiz* (editores).
- 38-Competencias mediáticas en medios digitales emergentes. *Ignacio Aguaded y Luis M. Romero-Rodríguez* (coords.).
- 39-El renacer del mito. Héroe y mitologización en las narrativas. *Ruth Gutiérrez Delgado* (coord.).
- 40-Nuevo cine andaluz. *Manuel Blanco Pérez*.
- 41-La identidad europea en las artes audiovisuales. *Javier Figuero Espadas y Roberto Gelado Marcos* (editores).
- 42-Historias de la fotografía del siglo XXI. *Manuel Blanco Pérez y Nekane Parejo* (eds.).
- 43-Los caminos de la memoria en el cine y el audiovisual contemporáneos. *Agustín Gómez; Rubén Higuera y Miguel de Aguilera* (coords.).
- 44-Memorias en el cine español y americano. *Nekane Parejo; Rafael Marfil-Carmona y Valeriano Durán Manso* (coords.).
- 45-CloudClass. Comunicación virtual para la innovación docente. *Enrique Castelló-Mayo y Roi Méndez-Fernández* (coords.).
- 46-Violencias, memoria y cine. La construcción audiovisual del pasado. *Corra Cuenca Navarrete y Tíbisay Navarro Mañá* (eds.).
- 47-Andalucía y Cataluña. Cultura e interacción en las representaciones audiovisuales contemporáneas. *María Jesús Ruiz Muñoz; Francisco Javier Ruiz del Olmo; Níria Simelio Solá* (eds.).

48-Donde habita la cultura. Distritos creativos, modelos y tensiones en la ciudad contemporánea. *Antonio Castro-Higueras y José Patricio Pérez-Rufi* (editores).

49-El hipersector audiovisual-TIC. Una aproximación multidisciplinar. *Francisco Javier Gómez-Pérez* (editor).

50- 21 dilemas éticos del *True Crime* contemporáneo. *Alfonso Méndiz-Noguero y Marta Sánchez-Esparza*.

## colección Comunicación Crítica

---

1-Comunicación, globalización y democracia. Crítica de la economía política de la comunicación y la cultura. *Fernando Quirós; Francisco Sierra* (dirs.)

2-Comunicación, educación y desarrollo. Apuntes para una Historia de la Comunicación Educativa. *Francisco Sierra Caballero*.

3-Cultura Popular y Medios de Comunicación. *Manuel Bernal* (coord.)

4-Tecnología y contextos mediáticos. Condicionamientos socioeconómicos y políticos de la comunicación de masas en la Sociedad de la Información. *Pedro Antonio Rojo Villada*.

5-Comunicación y cognición. Bases epistemológicas de la complejidad. *Juan Miguel Aguado*.

6-Propaganda y comunicación. Una aproximación plural. *Adrián Huici y Antonio Pineda* (coords.)

7-Crítica feminista y comunicación. *M<sup>a</sup> José Sánchez Leyva y Alicia Reigada Olaizola* (coords.).

8-Tecnopolítica en América Latina y el Caribe *Francisco Sierra y Tomasso Gravante* (coords.).

9-Ciudadanía digital y democracia participativa *Francisco Sierra, Salvador Leetoy y Tomasso Gravante* (coords.).

10-La impostura crítica. Desventuras de la investigación en comunicación. *Carlos Ossandón; Claudio Salinas y Hans Stange*.

11-El modelo de propaganda y el control de los medios. *Joan Pedro-Carañana y Francisco Sierra Caballero* (coords.).

12-Economía política y medios digitales. *Florence Toussaint y Francisco Sierra Caballero* (coords.).

13-Democracia digital. De las tecnologías de representación a la expresión ciudadana. *Francisco Sierra Caballero y José Candón Mena* (coords.).

14-Políticas de comunicación y economía creativa. *Francisco Sierra y Salomé Solá*.

15-Economía Política de la Comunicación. Teoría y metodología. *Francisco Sierra Caballero* (ed.).

16-Ciberciudadanía. Retos de la democracia digitalizada. *Berta García Orosa* (coord.).

17-La construcción mediática del enemigo. Cultura indígena y guerra informativa en Chile. *Carlos del Valle Rojas*.

18-Del ciberactivismo a la tecnopolítica. Movimientos sociales en la era del escepticismo tecnológico. *José Candón-Mena y David Montero-Sánchez* (eds.).

19-Contra el giro computacional. Activismo digital, Teoría Crítica y apropiación social. *Francisco Sierra Caballero y David Montero-Sánchez* (eds.).

20-Cultura digital, nuevas mediaciones sociales e identidades culturales. *Francisco Sierra Caballero y Jordi Alberich Pascual* (eds.).

21-Interrupciones. Narrativas, tecnologías y crítica al fascismo. *Daniel H. Cabrera Altieri, Francisco Sierra Caballero y Víctor Silva Echeto* (eds.).

22-Tecnopolítica, cultura cívica y democracia. *Jesús Sabariego y Francisco Sierra Caballero*.

23-Esfera pública, nueva cultura informativa y tendencias de investigación en Comunicación. *Juan Carlos Gil González* (ed.).

## colección Metodologías Iberoamericanas de la Comunicación

---

1-Confiar en la Prensa o no. Un método para el estudio de la construcción mediática de la realidad *José Luis Piñuel Raigada; Juan Antonio Gaitán Moya; Carlos Lozano Ascencio*.

2-Perspectivas metodológicas em Comunicação. Novos desafios na prática investigativa *Efendy Maldonado Gómez de la Torre; Jiani Adriana Bonin; Nísia Martins do Rosário* (organizadores).

3-Comunicación, semiosis y sentido. El relativismo teórico en la investigación de la comunicación *Carlos Vidales*.

4-Panorâmica da Investigação em Comunicação no Brasil. Processos receptivos, cidadania, dimensão digital *Efendy Maldonado Gómez de la Torre* (coordinador).

5-E-Reputación. La construcción de la reputación online y su vulnerabilidad *José Luis Piñuel Raigada y Jérôme Ferret* (coordinadores).

6-Tendencias metodológicas en la investigación académica sobre Comunicación *Carmen Caffarel Serra; Juan Antonio Gaitán Moya; Carlos Lozano Ascencio; José Luis Piñuel Raigada* (editores).

7-Investigación, comunicación y universidad *José Luis Piñuel Raigada* (director).

8-MAPCOM: Quince años de investigación sobre Comunicación en universidades españolas. *Carmen Caffarel Serra; Carlos Lozano Ascencio; Juan Antonio Gaitán Moya; José Luis Piñuel Raigada* (editores).

## colección Historia y Presente

---

- 1-Historia de la idea laica en Francia en el siglo XIX. *Georges Weill*.
- 2-El periódico. Orígenes, evolución y función de la prensa periódica. *Georges Weill*.
- 3-Los «paseados» con Lorca. El maestro cojo y los dos banderilleros. *Francisco Viguera Roldán*.
- 4-Monografía de la prensa parisina [Los periodistas]. *Honoré de Balzac*.
- 5-El alma y la ley. Tolstói entre juristas. España (1890-1928). *José Calvo González*.
- 6-Los informes de los Fugger. Cartas de aviso inéditas de los correspondientes de la Casa Fugger (1568-1605). *Victor von Klarwill* (comp.).
- 7-Ucrania. De la Revolución del Maidán a la Guerra del Donbass. *Rubén Ruiz Ramos* (coordinador).
- 8-La Prensa Hispánica en el exilio de Londres (1810-1850). *Maria José Ruiz Acosta* (editora).
- 9-La guerra de civilizaciones no tendrá lugar. Coexistencia y violencia en el siglo XXI. *Raphaël Lioger*.
- 10-Caso ERE. Las entrañas de la corrupción institucional en Andalucía. *Juan Esteban Poveda*.
- 11-Sistema mediático y propaganda en la Rusia de Putin. *Adrián Tarín Sanz; Marta Ter Ferrer y Miguel Vázquez Liñán* (editores).
- 12-Abajo los Borbones, Viva el Rey. Revolución, República y Restauración en España a través de la prensa hispánica (1862-1874). *José Enrique Lorite Luque*.
- 13-El Trust. El periodismo industrial en España (1906-1936). *Antonio Laguna Platero y Francesc Andreu Martínez Gallego*.
- 14-Nuevas perspectivas historiográficas en Comunicación. abordajes sobre la prensa en España, Portugal y América Latina. *Marta Rodríguez Castro; Carlos Toural Bran; Alberto Pena Rodríguez* (eds.).
- 15-Fariseos de la libertad. La prensa católica en la «guerra escolar»; el caso de *El Noticiero* de Zaragoza durante el primer bienio republicano (1931-1933). *Ricardo Zugasti*.
- 16-Rusia entre líneas. Una historia cultural del periodismo y la propaganda en el imperio de los zares (1700-1917). *Miguel Vázquez Liñán*.
- 17-La impronta personal en el buen periodismo. Seis estudios sobre mujeres y hombres que impulsaron el desarrollo de la profesión en contextos muy diversos. *Julio Antonio Yanes Mesa; María Auxiliadora Gabino Campos; David Fuentes Rodríguez; José Luis Zurita Andrión* (eds.).
- 18-Comunicar el pasado. La memoria y sus mediaciones. *Miguel Vázquez Liñán* (coord.).

## colección Publicidad

---

- 1-Aproximación a la estructura de la publicidad. Desarrollo y funciones de la actividad publicitaria. *Jorge David Fernández Gómez* (coordinador).
- 2-Publicidad y cambio social. Contribuciones históricas y perspectivas de futuro. *Jesús Bermejo Berros* (coordinador).
- 3-Publicidad y cultura. La publicidad como homólogo cultural. *Mª Cruz Alvarado y Mª Isabel Martín* (coordinadoras).
- 4-Publicidad y ciudad. La comunicación publicitaria y lo urbano: perspectivas y aportaciones. *Antonio J. Baladrón; Esther Martínez; Marta Pacheco* (coordinadores).
- 5-Nuevas tendencias en la publicidad del siglo XXI. *Maria Isabel Martín Requero y Mª Cruz Alvarado López* (coordinadoras).
- 6-Moda, comunicación y sociedad. *Grupo de Análisis de la Comunicación*.
- 7-Publicidad y sociedad. Un viaje de ida y vuelta. *Juan Rey* (coordinador).
- 8-Publicidad y consumo. *Luis Martín Rodrigo* (coord.).
- 9-La publicidad en el contexto digital. Viejos retos y nuevas oportunidades. *Marta Pacheco* (coord.).
- 10-Por el cambio. Treinta años de propaganda política en España. *José Alfonso Arregui*.
- 11-Publicidad y lengua española: un estudio por sectores. *Maria Victoria Romero Gualda y Sara Robles Avila* (coordinadoras).
- 12-Otros fines de la publicidad. *Susana de Andrés del Campo* (coordinadora).
- 13-De la nada al consumo: desde los orígenes a 1960. Historia de la publicidad y de las relaciones públicas en España (vol. 1). *Mercedes Montero* (coordinadora).
- 14-La edad de oro de la comunicación comercial: desde 1960 hasta 2000. Historia de la publicidad y de las relaciones públicas en España (vol. 2). *Mercedes Montero* (coord.).
- 15-Publicidad, innovación y conocimiento. *Luis Rodrigo Martín* (coordinador).
- 16-Literatura y publicidad. El elemento persuasivo-comercial de lo literario. *Asunción Escribano*.
- 17-El discurso publicitario. Bases simbólicas, semióticas y mitológicas. *Pedro A. Hellín Ortuño y César San Nicolás Romera*.
- 18-Procesos cognitivos y neuromarketing. *Miguel Baños González; Antonio Baraybar y Mario Rajas Fernández* (coordinadores).
- 19-Cultura Global Publicitaria. Una epistemología visual sobre estética y consumo en la era digital. *Pedro Hellín; Fernando R. Contreras; Clotilde Pérez; César San Nicolás Romera*.

## colección Comunicación y Género

---

- 1-Investigación en comunicación y feminismo. Debates en torno a la producción, usos y trayectorias en el siglo XXI. *Inmaculada Postigo Gómez; Teresa Vera Balanza* (editoras).
- 2-Herta Herzog y «La experiencia prestada». La fundación de los estudios de comunicación y audiencias. *Leonarda García-Jiménez; Amparo Huertas-Bailén; Teresa Vera Balanza* (editoras).
- 3-La representación LGTB+ en las series españolas de ficción. El espejo en que nos miramos. *Juan José Sánchez Soriano*.
- 4-Sexismo digital. Los riesgos de las tecnologías digitales para los derechos de las mujeres. *Lucía Benítez-Eyzaguirre* (editora).

## colección Periodismo Especializado

---

- 1-Periodismo de Viajes. Análisis de una especialización periodística. *Mariano Belenguer Jané*.
- 2-Periodismo e Industria de la Moda. Claves prácticas. *Concha Pérez Curiel y Ernesto Naranjo*.

## colección Textos Iberoamericanos

---

- 1-Estudios de cultura, comunicación y tecnologías de la información. *Lucila Hinojosa* (coord.).
- 2-La Radio, un medio en evolución. *Xosé Ramón Pousa; Hernán Antonio Yaguana*.
- 3-Consumo cultural, educación, seguridad y salud. Abordaje multidisciplinar desde la comunicación social. *Lucila Hinojosa Córdova* (coordinadora).
- 4-Comunicación política y elecciones federales en México. *José Antonio Meyer* (coordinador).
- 5-Telecomunicaciones y TIC en México. *Alma Rosa Alva de la Selva*.
- 6-Comunicación y contextos sociales en México. *Patricia L. Cerda* (coord.).
- 7-Comunicación digital, redes y procesos en América Latina *Carlos Arcila Calderón et al.* (coords.)
- 8-Comunicación política, instituciones y gobernabilidad en México. *A. Mendieta y J.L. Estrada*.
- 9-Los círculos de la violencia. Agresiones familiares. Agresiones familiares, pandillas y suicidios en Nuevo León (México) *Patricia L. Cerda* (coord.).
- 10-Prisión, espiritualidad y religión. *Patricia L. Cerda* (coord.).
- 11-Huellas de luz. Travesías de investigación, historias y experiencias cinematográficas en Monterrey, México. *Lucila Hinojosa Córdova*.
- 12-Comunicación AI. La revolución de la Inteligencia Artificial en la Comunicación. *Ángel Torres Toukoumidis y Tatiana León Alberca* (coords.).

## colección Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional

---

- 1-Comunicación integral para las organizaciones. Liderazgo y creación de valor. *Rebeca Illiana Arévalo Martínez*.
- 2-Comunicar para generar valor y marca *Sandro Arrufat Martín*.
- 3-Evaluación de las campañas de comunicación estratégica en redes sociales. *Paula Pineda Martínez; Antonio Castillo Esparcia*

## colección Tiempos / Activismo mediático

---

- 1-Comunicación y desarrollo: pasos hacia la coherencia. *Raquel Martínez-Gómez y Mario Lubetkin* (coordinadores).
- 2-La prensa y la cooperación internacional. Cobertura de la cooperación para el desarrollo en nueve diarios europeos. *Marcial Murciano* (director).
- 3-Políticas, redes y tecnologías en la Comunicación para el Desarrollo. *Raquel Martínez-Gómez y Mario Lubetkin* (coordinadores).
- 4-El Tercer Sector de la Comunicación. Manual didáctico. *José Candón-Mena* (editor).
- 5-Sostenibilidad de los medios en la era digital. Economía política de los medios públicos, privados y comunitarios. *Ángel Carrasco-Campos y José Candón-Mena* (editores).
- 6-Guía de ayudas a medios y publicidad institucional para el Tercer Sector de la Comunicación. *Guadalupe Aguado-Guadalupe*.
- 7-Guía de acceso a la contratación pública para el Tercer Sector de la Comunicación. *David Comet Herrera; Lucía Benítez Eyzaguirre; Juan Antonio Roa Domínguez*.

## colección Ciencias Sociales

---

- 1-Género y antropología social.  
*Yolanda Aixelà Cabré.*
- 2-Un lugar en su sitio. Narrativas y organización cultural urbana en el espacio latinoamericano.  
*Hugo Gaggiotti.*
- 3-La política exterior de la Unión Europea hacia Cuba (1993-2003). *Nerea Vadillo Bengoa.*
- 4-Poéticas de la persona. Creación, responsabilidad y vigencia en la Comunicación Pública y la Cultura. Estudios en homenaje a Juan José García-Noblejas  
*Ruth Gutiérrez* (coordinadora).
- 5-Más Ciencia. Cómo trabajar la divulgación científica desde las Radios Universitarias  
*Paloma Contreras Pulido; Macarena Parejo-Cuellar* (coordinadoras).
- 6-La comunicación digital en Aragón. Antecedentes, estado actual y tendencias.  
*Carmen Marta-Lazo* (coordinadora).
7. Comunicar el cambio climático: de la agenda global a la representación mediática. Actas de XXVIII CICOM Congreso Internacional de Comunicación. *Bienvenido León* (editor). [E-book]

## colección Papel Prensa

---

- 1-Cuentos que fueron noticia.  
*Antonio López Hidalgo.*
- 2-Crónicas de la polución. Un recorrido nostálgico por Sevilla. *Francisco Gil Chaparro.*
- 3-De la vida y otras anécdotas.  
*Antonio López Hidalgo.*
- 4-Tiranía de la memoria.  
*Miguel R. Aguilar Urbano.*
- 5-Los años broncos. *José Nevado Infante.*
- 6-Cosas que cuentan. *Isaac López Redondo.*
- 7-El ruido y las nueces. *Antonio López Hidalgo.*

## colección Ficciones

---

- 1-El peligro y su memoria. *Antonio López Hidalgo.*
- 2-Esa inútil perfección del silencio [Obra póstuma] *Antonio López Hidalgo.*

## colección Educación

---

- 1-Conflictividad en las aulas. Guía práctica de intervención. *Francisco Ceballos López.*
- 2-Sociología de la familia. *Carmen Jaulín Plana.*
- 3-El hecho religioso y la enseñanza laica. La experiencia francesa. *Mireille Estivalèzes.*
- 4-Organización y gestión de talleres de animación a la lectura en la biblioteca pública.  
*Esperanza Pozo Fernández.*
- 5-El taller de animación a la lectura en el aula y la biblioteca escolar. *Esperanza Pozo Fernández.*
- 6-El trabajo colaborativo del profesorado.  
*José Manuel Lavié Martínez.*
- 7-Objetos de aprendizaje. Guía metodológica para el diseño y evaluación de objetos de aprendizaje basados en los principios de individualización y personalización. *Mª Eugenia Treviño Tejeda.*
- 8-La gestión universitaria. Una aproximación a la dirección de centros y departamentos.  
*Diego Castro Ceacero.*
- 9-Oposiciones al Cuerpo de Maestros. Claves para realizar la programación didáctica. Trucos para opositores, criterios de evaluación del Tribunal y ejemplos reales para triunfar en la defensa oral. *Jesús Molina Saorín* (coordinador).
- 10-Didáctica y comunicación no verbal.  
*Víctor M. Amar Rodríguez.*
- 11-El Aprendizaje-Servicio en la Universidad  
*Virginia Martínez Lozano et al.* (coordinadora).
- 12-CaNNbiando: las historias de Paula y de Álex. Prevención del consumo de cannabis en adolescentes.

## colección Arteratura

---

- 1-La Gran Parada. Escritos siberianos.  
*José María Larrondo.*
- 2-La estampación [como proceso creativo].  
*María del Mar Bernal.*
- 3-Lo bello según la máquina. Creación musical e Inteligencia Artificial.  
*Francisco Javier Torres Simón.*

## colección Terra Slavica

---

- 1-La Chechenia de Kadírov. El régimen de Putin en el Cáucaso. *Marta Ter Ferrer.*



CONTACTO:

Avda. Juan Pablo II, 42, Ático A. 37008 Salamanca.

Talleres:

c/ Escuelas, 16. 49130 Manganeses de la Lampreana (Zamora)

[info@comunicacionsocial.es](mailto:info@comunicacionsocial.es)

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