



Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**Reportaje multimedia. El auge del *true crime*
en las plataformas digitales**

Alejandra Bonel García

Tutora: Pilar Sánchez García

**Departamento de Historia Moderna, Contemporánea, de
América y Periodismo**

Curso: 2024-25

AUTORA

Alejandra Bonel García

TUTORA

Pilar Sánchez García

RESUMEN

El *true crime* experimenta una notable evolución en la producción y en el consumo en la última década. Solo en España se produjeron 12 documentales de este género entre el 2006 y el 2021, reflejo del incremento del interés de la población por el consumo audiovisual de temáticas basadas en crímenes reales. ¿Qué factores explican el aumento en el consumo? ¿Qué atrae a la audiencia hacia este tipo de contenido y qué impacto tiene en la sociedad? Con el objetivo de analizar el fenómeno desde una perspectiva social, psicológica, cultural y jurídica, este Trabajo Fin de Grado aplica la triple metodología de entrevistas en profundidad, historias de vida y cuestionario.

Los resultados de esta investigación periodística se reflejan en un reportaje multimedia interactivo que explica el aumento del consumo del *true crime* y que recorre la evolución del género desde sus orígenes hasta sus efectos en la sociedad actual.

PALABRAS CLAVE

True crime, Plataforma Digital, *Streaming*, Cultura herida, Reportaje multimedia, Audiencia, Psicología, Ética periodística.

Reportaje multimedia: el auge del *true crime* en plataformas digitales

ABSTRACT

The true crime has experimented a remarkable evolution in terms of both production and consumption in the last decade. In Spain alone, twelve true crime documentaries have been produced between 2006 and 2021, reflecting the

growing interest of the population in audiovisual consumption of themes based in real crimes. Which factors explain this increase in consumption? What attracts the audience towards this kind of content and what impact does it have on society? With the aim of analysing the phenomenon from a social, psychological, cultural and legal perspective, this Final Degree Project applies a triple methodology of in-depth interviews, life stories and questionnaire. The results of this journalistic investigation are embodied in an interactive multimedia report that explains the rise in true crime viewing and traces the evolution of the genre from its origins to its effects on today's society.

KEYWORDS

True crime, Digital platform, Streaming, Wound culture, Multimedia report, Audience, Psychology, Journalistic ethics.

ENLACE AL REPORTAJE: <https://preview.shorthand.com/vECcksrpyoHIBL3I>

AGRADECIMIENTOS

Gracias.

Así, sin más.

A Amaranta, por tejer la palabra *libertad* en el tapiz de mi vida. No hay nada más importante que eso.

A Blas, por enseñarme a poner el alma en cada paso, incluso cuando el camino pesa.

A Carlos, por buscarme más vueltas de las que creía tener y afilar mi carácter.

Yeya, Carlos, Daniel, Gelu y Miguel Ángel: gracias por verme siempre con orgullo, aunque cada uno a su manera.

Porque hay amor en todo esto.

Gracias a mis amigos, que no son solo eso, son refugio (en "El Templo"), barricada (desde el corazón de una residencia), casa (donde siempre espera Zamora). En especial, a Eva, mi apoyo incondicional.

Y a Pilar, por confiar en mí y hablarme como si ya fuera periodista, aunque yo aún no me lo creyera.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	6
1.1. Justificación personal	6
1.2. Justificación profesional	6
1.3. Preguntas, objetivos e hipótesis.....	7
2. MARCO TEÓRICO	9
2.1. Introducción al <i>true crime</i> y a la narrativa multimedia	9
2.1.1. Antecedentes y evolución.....	9
2.1.2. Vinculación con el “Nuevo Periodismo”	11
2.1.3. La transformación de las audiencias y plataformas.....	12
2.2. Aumento de la oferta y del consumo en <i>streaming</i>	14
2.3. La percepción pública: psicología, medios y ética periodística	15
3. METODOLOGÍA	16
3.1. Entrevistas en profundidad.....	17
3.2. Historias de vida	17
3.3. Cuestionario	17
3.4. Plan de trabajo y cronograma	18
4. RESULTADOS.....	22
4.1. Preproducción	22
4.2. Producción.....	23
4.3. Postproducción.....	29
5. CONCLUSIONES	31
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	32
7. ANEXOS	38

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Justificación personal

Desde que tengo uso de razón me fascina consumir series de crímenes, y mientras los demás niños veían otros contenidos (mi hermano el primero), yo adoraba sentarme con mi madre en el sofá y poner *Bones*, *Mentes Criminales* o *Caso Abierto*. Y aunque eran series ficticias, lo que narraban podía no distanciarse tanto de algunas realidades.

Con el paso del tiempo y la llegada de las nuevas plataformas audiovisuales, como Netflix o Amazon Prime, observé que, cada vez con más frecuencia, se creaban documentales sobre los crímenes más sonados, y cómo amigos, que nunca antes mostraron interés por este tipo de producciones, empezaban a hacerlo. Tras observar mi entorno, no pude evitar preguntarme, ¿por qué se genera este interés masivo por el *true crime*?

Portales como Netflix (disponible en más de 190 países) no solo se limitan a casos españoles, sino que también ofrecen contenidos internacionales. Este fenómeno genera juicios paralelos sobre los sucesos desde los salones de nuestras casas. ¿Qué atrae a la audiencia? ¿De qué manera impactan los crímenes reales en la percepción pública de la justicia? El objetivo de esta investigación es comprender esta realidad y el papel de la ética y la psicología en el consumo de este subgénero.

1.2. Justificación profesional

El *true crime* se considera un género narrativo propio centrado en relatar historias reales de víctimas de delitos o daños graves que violan los derechos humanos, ya sea mediante películas, series, libros, programas radiofónicos o podcast (Garrido, 2021, 2024).

Este subgénero experimenta un gran desarrollo, sin embargo, lejos de parecer novedoso, sus orígenes se remontan a los siglos XVI y XVII, cuando se entregaban a la clase baja una serie de folletos en los actos previos a ejecuciones públicas, o a los siglos XVIII y XIX, cuando con la llegada de la prensa industrializada los periodistas comenzaron a divulgar de modo constante noticias sobre crímenes (Garrido, 2024). La conexión entre el periodismo y la literatura da lugar a la crónica negra real, con ejemplos como *El crimen de la*

calle de Fuencarral (1888) de Benito Pérez Galdós o *A sangre fría (1959)* de Truman Capote (Sánchez-Esparza et al., 2023).

En la última década, este estilo narrativo ha evolucionado en todo tipo de soportes y narrativas. Plataformas como Netflix lo han incluido dentro de su contenido y lo han popularizado aún más (Garrido, 2024). En España, entre el 2016 y el 2021, se produjeron 12 documentales de *true crime*, estos datos demuestran que las producciones españolas de este género viven un auge (del Barrio Cabello, 2024). Sirva también como ejemplo a nivel internacional, la serie *Monstruo: La historia de Jeffrey Dahmer*, que ocupa el cuarto lugar dentro de las series de Netflix más vistas en el mundo tras su estreno (Melo, 2024).

En lo referido al podcast, un estudio del Pew Research Center (2024) revela que, los crímenes reales son el tema más común entre los oyentes, y representan el 24% de los podcast mejor clasificados. Por otro lado, los espectadores de *true crime* no solo lo consumen, sino que también interactúan activamente (comentan, investigan, crean teorías...) sobre todo a través de plataformas VOD (*vídeo on demand*, vídeo bajo demanda) (Boling y Hull, 2018). Este activismo se relaciona con el rol de detectives que asumen los espectadores, permitiéndoles vivir una experiencia más completa y enriquecedora, a la par que contribuye al éxito de estas producciones (Partridge, 2018), un concepto que Hibbett (2019) define como “detectives de sillón”.

Esta investigación periodística pretende visibilizar y explicar a través de un reportaje multimedia el auge del *true crime* a través de canales de *streaming*, y analizar las causas del consumo y el impacto que tiene en la audiencia.

1.3. Preguntas, objetivos e hipótesis

Según el *Manual del Periodista de Investigación* (Hunter, 2013), la mayoría de las historias surgen de las preguntas que el periodista se plantea en su día a día. Esta investigación surge de estos primeros interrogantes:

P1. ¿Por qué crece el interés en el *true crime* en los últimos años?

P2. ¿Cómo se explica que los consumidores disfruten de este contenido desde el punto de visto psicológico?

P3. ¿Cómo impactan los crímenes reales en la percepción pública de la justicia y del crimen?

P4. ¿Dónde se halla el límite entre informar y entretener en el género del *true crime*?

El *Manual del Periodista de Investigación* (Fundación Konrad Adenauer, 2010) señala que, en parte, el trabajo periodístico y el proceso científico se asemejan. Por ello se plantean una serie de objetivos con el fin de resolverlos y que sirvan de guion del trabajo:

O1. Analizar las causas del auge del *true crime* en las plataformas digitales.

O2. Conocer el perfil de su audiencia y los factores que atraen a este género.

O3. Analizar el impacto de la crónica negra real en la percepción pública de la justicia.

O4. Investigar el papel de la ética periodística en el *true crime*.

“La hipótesis define preguntas específicas que deben ser respondidas para poder averiguar si aquella tiene o no sentido” (Hunter, 2013, p.18). Las siguientes hipótesis se plantean con el objetivo de dar respuestas a las preguntas y a los objetivos anteriores.

H1. Los expertos apuntan a que el aumento del consumo de crímenes reales tiene causas psicológicas basadas en el morbo y la curiosidad por conocer la mente humana.

H2. Los consumidores de *true crime* pueden desarrollar una sensibilidad hacia los fallos del sistema e incluso empatizar con los agresores.

H3. El límite entre información y entretenimiento reside en la cobertura respetuosa, enfocada en el rigor informativo y donde no haya cabida al sensacionalismo.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Introducción al *true crime* y a la narrativa multimedia

El trabajo se inicia con un marco teórico centrado, en primer lugar, en la revisión documental de los antecedentes y la evolución de la crónica negra real. En segundo lugar, la exposición del aumento de la oferta de este género y del consumo en las plataformas de *streaming*. En tercer lugar, se analiza el impacto psicológico del *true crime* y la ética periodística en el mismo.

2.1.1. Antecedentes y evolución

No existe una definición exacta del *true crime* debido a su naturaleza subjetiva (Boling, 2019), pero se puede entender como un género narrativo que relata historias de crímenes reales, ya sea mediante películas, series, documentales, libros, programas radiofónicos o podcast (Garrido, 2021, 2024).

Se considera como uno de los subgéneros más populares de la esfera pública (Seltzer, 2007), y aunque a menudo se presenta como novedoso, no es así, ya que se trata de una continuación de la narrativa clásica (Sánchez-Esparza et al., 2023).

Para entender el origen del *true crime* hay que comprender que surge de la conexión entre el periodismo y la literatura. Las primeras documentaciones de este género se remontan a la Edad Media y al Renacimiento, al segundo tercio del siglo XV, con los *canards* (forma satírica de decir “periódico”) franceses, hojas sueltas con noticias sensacionalistas de crímenes, apariciones, posesiones, sacrificios o catástrofes naturales (Chartier, 2012).

Posteriormente, se desarrolló la llamada “literatura de cordel”. Este tipo de narrativa encontró cabida gracias a la analfabetización de la mayoría de la población, por lo que las historias, los rumores, las calumnias, los sucesos o los crímenes, se transmitían mediante poesías, canciones o cuentos (Caro Baroja, 1990).

En el siglo XVIII empieza a desarrollarse en España otro tipo de relato procedente de Francia, las causas célebres. Relatos sobre hechos y procesos criminales dirigidos a un público más “civilizado”. Estas memorias dieron lugar a

novelas muy populares como *El Clavo* o *La piedra angular* (Bolufer y Gomis, 2011).

La llegada y el transcurso del siglo XIX precedió a una época en la que la prensa española centraba sus publicaciones en informaciones sobre criminales, sus persecuciones y las posteriores condenas. Estos materiales podían encontrarse en la prensa de Murcia, Aragón, Galicia o Andalucía, lo que demostraba un interés generalizado por el crimen en la sociedad española de la época. Uno de estos primeros casos fue narrado entre 1876 y 1877 de forma sensacionalista en periódicos como *La Correspondencia de España*, *La Iberia*, *El Imparcial* o *El Globo*. Se trataba de la historia de Baldomera Larra, hija de Mariano José de Larra, detenida y enjuiciada por la que es considerada la primera estafa piramidal registrada en la historia. El interés de la sociedad por este tipo de contenidos no fue lo único que impulsó estas publicaciones. La llegada de la industrialización y del avance de las rotativas permitieron aumentar la tirada de los periódicos y reducir sus costos, logrando el ideal de una verdadera “prensa popular”. De esta forma, el auge del sensacionalismo fue impulsado por la difusión de noticias para un público masivo (Sánchez-Esparza et al., 2023).

Siguiendo a estos autores, el siglo XX demostró que el auge de estas publicaciones y el interés por las historias criminales no eran una tendencia pasajera, como evidencia el éxito de las novelas de Agatha Christie, demostrando que el interés por el crimen (tanto real como ficticio) se mantiene en el tiempo, adaptándose a los distintos formatos y estilos.

A pesar de la evidente popularidad del *true crime* durante décadas (Boling, 2019), la llegada de las plataformas VOD (*vídeo on demand*, vídeo bajo demanda) impulsaron significativamente al género con cientos de horas emitidas y consumidas de una sola vez (Romero-Domínguez, 2020; Phillips, 2017).

El año 2015 supuso un punto de inflexión para una modalidad que cada vez tenía más espacio en canales de *streaming* como HBO y Netflix, con producciones como *The Jinx* y *Making a Murderer*. Además, un año antes, el podcast *Serial* no solo fue un éxito, sino que logró la liberación de un preso tras 20 años gracias a la investigación. En 2017, *Mindhunter* fue capaz de sentar las bases del interés

y la popularidad actuales que tiene el *true crime* en España (Vidal y Corbillón, 2023).

Aunque los formatos cambian con el tiempo, el contenido siempre mantiene una fuerte vinculación con el público, lo que transforma el consumo de este género en una experiencia adictiva para la audiencia (Romero-Domínguez, 2020, citado en Partidge, 2015), ya que se exploran los casos de una manera mucho más profunda que en los medios tradicionales (Tinker, 2018). El “Nuevo Periodismo” es uno de los métodos que permite a la audiencia conectar con esta forma de relatar los hechos.

2.1.2. Vinculación con el “Nuevo Periodismo”

La llegada de los años sesenta trajo consigo el nacimiento del “Nuevo Periodismo”. Este fenómeno, también conocido como *Higher Journalism*, supuso una revolución en la forma de narrar crímenes reales. Se trata de un modelo híbrido que mezcla lo mejor del periodismo tradicional con los recursos literarios de la novela, con el objetivo de lograr que, como dice José García Berlanga, “la historia del periodista supere en emoción a la del propio protagonista” (citado en De la Aleja y Barcelona, 1985, p.67).

Si se habla del “Nuevo Periodismo”, es inevitable no mencionar *A sangre fría* (1959) de Truman Capote, considerado el precedente más claro del *true crime* a nivel internacional. Esta novela surge en un momento en el que el *Higher Journalism* incentivaba a escritores y periodistas a utilizar técnicas narrativas con una mayor riqueza literaria, y a usar herramientas propias del periodismo de investigación. Capote introdujo un acto criminal incomprensible que generó una crisis, desestabilizando a la comunidad a través de la desconfianza y el miedo (Garrido, 2020). El autor adjetivó su relato como *non-fiction novel* (novela de no ficción), para así remarcar su intento de fiel reconstrucción periodística. Además, Capote recurre a algunos de los recursos narrativos más empleados en este estilo, como la analepsis (consiste en efectuar un salto temporal al pasado), la presencia de un narrador omnisciente o la creación detallada de un entorno emocional. Como resultado, esta novela sentó las bases del *true crime* como género.

Un ejemplo del “Nuevo Periodismo” nacional fue el crimen de la calle Fuencarral (1888), que marcó un hito en la narrativa de sucesos en la España del siglo (Sánchez-Esparza et al., 2023). Siguiendo esta línea de investigación, el impacto de la noticia fue tal que la opinión pública se conmocionó, traspasando incluso los límites habituales del periodismo. Algunos directores de periódicos se movilizaron participando activamente en el proceso legal, una característica típica del *true crime*, donde “los nuevos periodistas no dudan en introducirse en la acción y protagonizar sus propias historias” (De la Aleja y Barcelona, 1985, p.69).

El interés de la población por las historias de crímenes reales suele relacionarse con el morbo, una idea que, aunque sigue presente, pierde fuerza con el tiempo. Sin embargo, existe un motivo más profundo que explica el atractivo de este género, como es la necesidad del ser humano de comprender la violencia, el dolor y la vulnerabilidad. De esta forma, Seltzer (1997) plantea el concepto de *wound culture* (cultura herida), refiriéndose a la fascinación colectiva por el sufrimiento, el trauma y la exposición de la intimidad emocional y física de las personas, como si observarlo o comentarlo permitiera enfrentarlo o comprenderlo.

Esta fascinación pública por el *true crime* se refleja en el crecimiento de las audiencias del género en los portales digitales, lo que provoca que las plataformas VOD mantengan la cobertura de estas historias (Golob, 2018).

2.1.3. La transformación de las audiencias y plataformas

Los nuevos medios del siglo XXI se consolidan como los canales más populares para la difusión del *true crime* (Nirtaut, 2024), en parte, gracias al cambio en los hábitos de consumo tradicionales. Según un estudio del Pew Research Center (2021), “el uso de la televisión por cable y satélite ha disminuido drásticamente en Estados Unidos desde 2015”, pasando del 76% en 2015 al 56% en 2021. Este descenso se explica, en parte, porque el 71% de quienes abandonaron estos servicios lo hicieron en favor de los canales de *streaming*.

Esta transición hacia las plataformas VOD se relaciona con el crecimiento de la conectividad móvil, que permite una mayor libertad en el acceso y la disponibilidad de contenidos de *true crime* (Rainie, 2021).

Un estudio del Edison Research (2024) muestra la evolución de los podcasts de crímenes reales durante 19 años, desde el 2006 al 2024, revelando un crecimiento paralelo con el aumento de las plataformas de *streaming*. Por ejemplo, Netflix, registró durante el cuarto trimestre de 2024 más de 300 millones de suscriptores de pago, 20 millones más en comparación al trimestre anterior (Stoll, 2025).

La popularidad que adquiere este género en la era digital no es solo en documentales y libros, sino también en los podcasts, *The Serial* “se convirtió en el podcast más rápido en alcanzar los cinco millones de descargas” (Sherrill, 2022, p.1473). El 35% de los estadounidenses consume *true crime* al menos una vez por semana (televisión, películas, libros, podcasts, vídeos, artículos, foros) (Orth, 2022).

Los documentales no fueron siempre fáciles de vender, pero el producto de la crónica negra real es uno de los negocios más rentables en un momento en el que proporcionar información veraz y detallada al público es muy importante (Warmedal, 2018), y desde el éxito de Netflix, *Making a murderer* (Mumford, 2016), la plataforma sigue estrenando nuevos productos, creando incluso un espacio propio para el *true crime*, como también hizo Amazon Prime (Romero-Domínguez, 2020).

El análisis de la amplia demanda de este género se enmarca en la Teoría de los “Usos y Gratificaciones”, desarrollada por Katz, Blumer y Gurevitch (1974), que sostiene que la audiencia es activa, por lo que elige los medios que mejor se adapten a sus necesidades con el objetivo de satisfacerlas (Flores-Ruiz y Humanes-Humanes, 2014), siendo las plataformas VOD las que ofrecen a la audiencia la posibilidad de participar (Boling & Hull, 2018).

Según Balanzategui (2019) una forma de activismo de los espectadores de crímenes reales se revela cuando comparten capturas de pantalla e incluso *GIFs* con el objetivo de promover un posible debate sobre el análisis de los crímenes (2019, p.665).

“El empleo de las redes sociales ha contribuido también al auge del *true crime* al permitir una mayor participación de *showrunners* (autor-productor

de una serie), periodistas de investigación, autoridades en casos específicos, familias y amigos de las víctimas, así como de fanáticos convertidos en detectives aficionados. En algunos casos, este fenómeno, conocido como *crowdsolving*, ha llevado a avances en investigaciones o juicios” (Hernández, 2019, p.80).

Tras la consolidación del género, la audiencia potencia su consumo y por consiguiente su oferta, focalizando su medio de visualización en el *streaming* (Pew Research Center, 2021).

2.2. Aumento de la oferta y del consumo en *streaming*

El *streaming* de vídeo experimenta un crecimiento masivo. En 2024, alrededor de 4.000 millones de personas utilizaron los servicios del vídeo bajo demanda, una cifra que se prevé siga aumentando (Orús, 2025).

A pesar de que el *true crime* ya era bien recibido en canales de televisión abierta o por cable, la aparición del género en la retransmisión en línea tiene una rápida aceptación por parte del público, sobre todo tras el lanzamiento de *Making A Murderer* (2016) y *The Jinx: The Life and Death of Robert Durst* (2015) (Mather & Cake, 2023). En 2024, con aproximadamente 301,61 millones de suscriptores, Netflix es la principal plataforma de *streaming* en vídeo, seguida por Amazon Prime Vídeo y Disney Plus (Orús, 2025).

Según Parrot Analytics (2024), el *true crime* es el elemento fundamental a la hora de impulsar el consumo de las series documentales. El 2,3% de la demanda de programas fue sobre este género, unos datos que se recogen como la demanda más alta frente a cualquier otro mercado según dicho informe, y, por encima de la participación global de la demanda de estos programas (2%).

Las innovaciones narrativas en el *true crime* y los cambios en la industria de la televisión están muy relacionados. La proliferación de los canales de *streaming* globales coinciden con el crecimiento de los crímenes reales, que pasan de representar un género relativamente de nicho, a convertirse en un fenómeno de gran alcance. Además, gracias a estas plataformas, la evaluación del consumo de este contenido es más precisa (Mather & Cake, 2023). En los últimos tres

años hubo un aumento significativo en el número de documentales de este género (Bruzzi, 2016).

El incremento del *true crime* no se debe solo a las plataformas de *streaming*, sino también a factores como la serialización (Mather & Cake, 2023). Según Dennis Bore (2019), la televisión en serie presenta una historia dividida en varios episodios en lugar de en uno solo. Este soporte desafía al modelo tradicional de la televisión, basado en episodios autónomos diseñados para facilitar su repetición en distintas cadenas. Actualmente, las series serializadas fomentan que el espectador mantenga más constancia y atención.

Otro factor que potencia el consumo del género son los motivos psicológicos (Garrido, 2024).

2.3. La percepción pública: psicología, medios y ética periodística

Según el Diccionario de la Real Academia Española (Drae, s.f.), la Psicología es la ciencia o estudio de la mente y de la conducta en personas o animales.

Partiendo de esta definición, existen varios motivos psicológicos por los que el *true crime* fascina al público. En primer lugar, desde la perspectiva evolutiva, debido a la capacidad de defensa hacia los depredadores que constituyó la supervivencia. De esta forma, mientras transcurre un episodio criminal la mente analiza de forma inconsciente la situación para saber actuar si es necesario. En segundo lugar, el cerebro libera neurotransmisores y hormonas en situaciones en las que se experimenta un miedo bajo una situación de seguridad, tal y como ocurre en una montaña rusa. Por último, el género presenta cuestiones incompletas que atraen al ser humano de manera natural (Garrido, 2024).

La relación entre el *true crime* y el periodismo no solo se encuentra en sus orígenes, sino que se acompañan hasta la actualidad (Chartier, 2012). Los medios de comunicación poseen una gran influencia sobre los pensamientos de la sociedad, sobre todo, en los temas de los que carecen de experiencia personal, así es como se crea una percepción pública mediante la narrativa del *true crime* (Golob, 2018).

"La teoría del cultivo ha sido respaldada por una gran cantidad de investigación empírica. Los estudios han encontrado que las personas que están expuestas a más medios de comunicación tienden a tener percepciones del mundo que son consistentes con los mensajes de los medios de comunicación" (Morgan, 2019, p. 204). Los estudios que se realizaron aplicando la teoría del cultivo revelan que la exposición a la delincuencia mediante los medios de comunicación sobreestima el miedo a la delincuencia y a la percepción del peligro (Russo, 2024).

Estos estudios evidencian la responsabilidad de este género a la hora de seleccionar las imágenes que proyecta y la narrativa que emplea sobre el caso. Así como, se debe cuidar la descripción de los hechos conocidos y mostrar respeto por las personas implicadas. No es fácil lograr un equilibrio entre la representación de un suceso de gran violencia de un modo objetivamente interesante y a la vez, alejarse de los clichés y el sensacionalismo (Garrido, 2024). "Un estándar ético preliminar para el *true crime* requeriría que el libro esté bien investigado, sea claro, humanizador, no sensacionalista, no glorifique el crimen y tenga conciencia social" (Wright, 2020, p.1). Cuando la crónica negra real es buena, tiene la capacidad de corregir errores comunes de la ficción criminal (Garrido, 2024).

Por ende, el *true crime* no solo tiene una finalidad de entretenimiento (Partridge, 2018), sino que arrastra una gran responsabilidad ética y psicológica (Garrido, 2018). Su influencia en la percepción pública (Golob, 2018) exige una cuidada narrativa que respete la veracidad de los hechos y la dignidad de los involucrados, para lograr una profunda reflexión sin caer en el sensacionalismo (Wright, 2020).

3. METODOLOGÍA

Este Trabajo de Fin de Grado se presenta en la modalidad profesional con la elaboración de un reportaje periodístico que se desarrolla mediante tres metodologías. En primer lugar, se recurre a las entrevistas en profundidad con expertos en el ámbito de la Psicología y del *true crime*. En segundo lugar, las historias de vida que se complementan, en tercer lugar, con la realización de un cuestionario dirigido a usuarios con el objetivo de conocer de cerca sus gustos.

3.1. Entrevistas en profundidad

Se entiende por entrevista en profundidad a la reiteración de unos determinados encuentros cara a cara entre un investigador y los informantes. El objetivo es la comprensión de las ideas de los informantes en lo que se refiere a sus vidas, experiencias o situaciones, expresadas con sus propias palabras. Se trata de una conversación entre iguales y no de un modelo de preguntas y respuestas. Este método empuja al investigador a aprender qué y cómo ejecutar las preguntas para establecer un hilo conductor (Taylor & Bogdan, 2008).

Para la realización de este reportaje se realizaron cuatro entrevistas con expertos del ámbito del periodismo, la neuropsicología, y el derecho penal.

3.2. Historias de vida

Las historias de vida son uno de los métodos de investigación descriptiva más auténticos y eficaces para entender como las personas perciben el mundo social que les rodea (Hernández, 2009). Proporcionan un enfoque interpretativo permitiendo entender, mediante relatos personales, la experiencia humana. De esta forma, se concede una mayor importancia a las explicaciones individuales de las acciones en vez de emplear técnicas de respuestas previamente establecidas (Jones, 1983, citado en Chárriez Cordero, 2012).

Este reportaje cuenta con doce testimonios de ocho chicas y cuatro chicos. Estos jóvenes, de entre 21 y 23 años, explican por qué se sienten atraídos por el *true crime*.

3.3. Cuestionario

El cuestionario consiste en la recogida de información a través de un proceso estructurado de preguntas (Alcaraz et al., 2006). El mecanismo empleado para la obtención de la información es menos profunda e impersonal que las entrevistas y permite abarcar un gran número de población de forma rápida y económica (Muñoz, 2003).

Para esta investigación, el cuestionario se centra en conocer los gustos y el conocimiento sobre crímenes reales. Este formulario fue distribuido a través de Instagram y Whatsapp el 8 de abril de 2025. De los encuestados, 109 pertenecen a la generación Z (1995-2009), 58 a la X (1965-1980), 33 a la *Milenial* (1981-

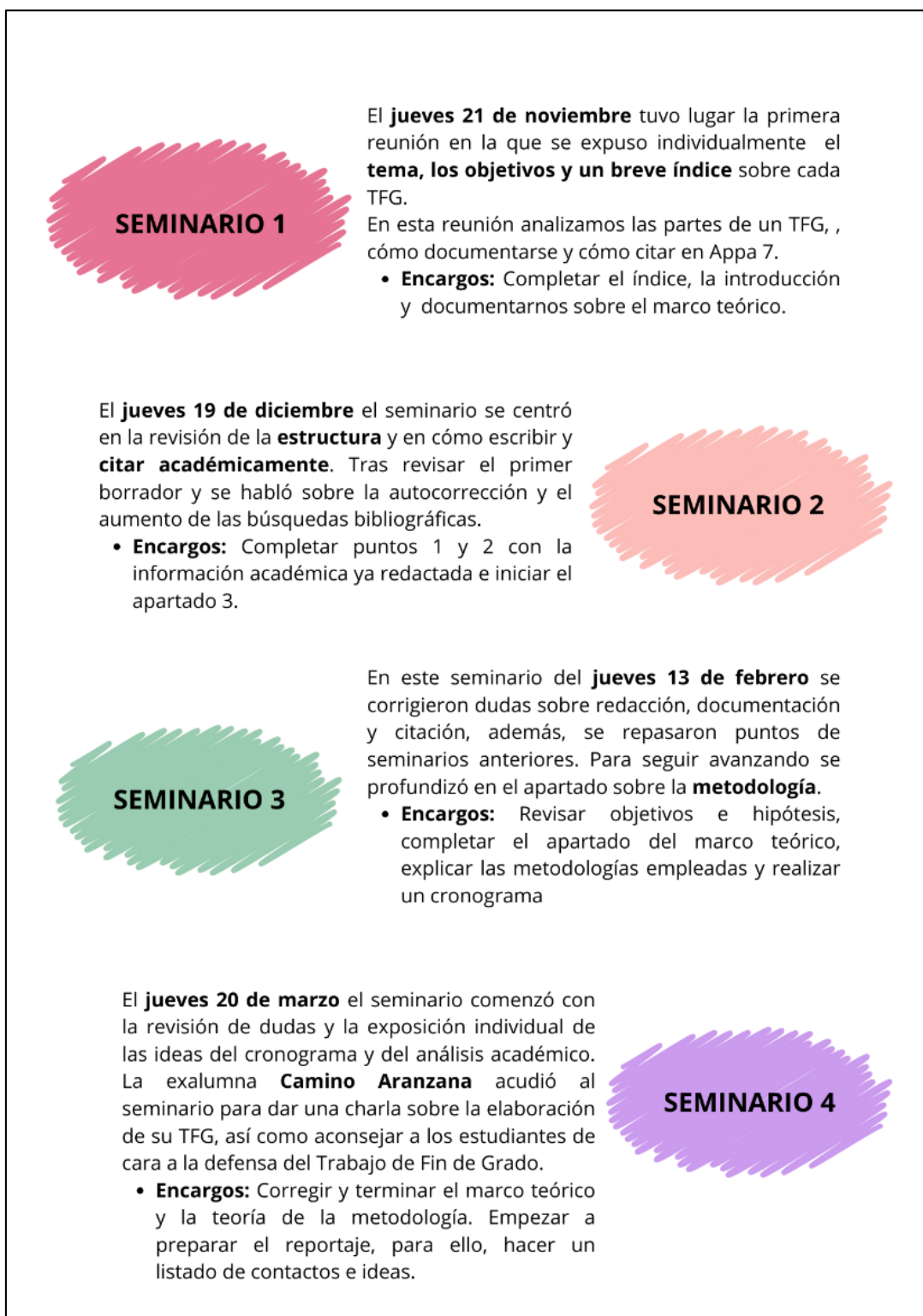
1994) y 13 a la *Baby Boomer* (1946-1964). Lo realizaron 213 personas. El cuestionario completo se puede visualizar en el siguiente enlace y en el Anexo 1 del trabajo

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc1zBWNfeuhiSlqJQX0cDPC5cFiauphKZ1F8e5vZ7QHE1UhQw/viewform?usp=preview>.

3.4. Plan de trabajo y cronograma

Este apartado muestra los cronogramas que marcaron las fases del trabajo, permitiendo organizar de forma clara y ordenada tanto la investigación académica como la creación del reportaje multimedia. En ellos se detalla cómo se planificó la búsqueda de documentación y el desarrollo del proceso periodístico.

Tabla 1. Cronograma de elaboración de la memoria académica



Fuente: elaboración propia 1

SEMINARIO 5

El **jueves 8 de mayo** se expusieron individualmente los **avances del reportaje** y las previsiones de **contactos**.

- **Encargos:** Avanzar el reportaje para mostrar la web con texto y los primeros vídeos e infografía. Añadir todo lo posible en el apartado de resultados en el marco teórico.

El **jueves 29 de mayo** se realizaron **tutorías individuales** para ver avances del reportaje y resultados.

- **Encargos:** finalizar el reportaje y el apartado de **resultados** para ir preparando las pre-entregas del **5 de junio**.

SEMINARIO 6

SEMINARIO 7

El **jueves 19 de junio** tuvo lugar el último seminario conjunto con el objetivo de **preparar la defensa del TFG**

Fuente: elaboración propia 2

Tabla 2. Cronograma de elaboración del reportaje multimedia

MARZO Y ABRIL En estos meses se escogió el soporte web del reportaje: Shorthand. Además, se investigó la forma de elaborar gráficos, así como la parte visual del reportaje. Se elaboró la encuesta que se utilizaría más adelante. De forma complementaria, se comenzó una lista con las posibles entrevistas a llevar a cabo.	DIFICULTADES En un principio, se presentaron dificultades para encontrar datos concretos, no solo relacionados con el consumo, sino también con los antecedentes del género. La mayor complicación fue lograr contactos para las entrevistas, ya que hubo muy pocas respuestas a los numerosos correos enviados.
MAYO Debido a los problemas con las fuentes profesionales, durante este mes se continuó con la ampliación de la búsqueda. Ante este inconveniente, se optó por avanzar con la creación de infografías, gráficos, elementos interactivos y vídeos para complementar el reportaje. Una vez se lograron algunas entrevistas, estas fueron grabadas y editadas. Posteriormente, se redactó parte del texto del reportaje.	DIFICULTADES Aunque comenzaba a resolverse el problema relacionado con las entrevistas, esto derivó en un segundo conflicto. La grabación de las mismas se fue retrasando con el paso de los días, lo que implicó un retraso en el tiempo disponible para la edición del material bruto y la reorganización de la narrativa del reportaje.
JUNIO Durante este mes se finalizó la elaboración del texto del reportaje y de la memoria del TFG. Además, se realizaron las entrevistas pendientes y su posterior edición. Por último, se reorganizó el reportaje.	DIFICULTADES Se trabajó en encontrar la mejor organización para el reportaje, así como en redactar un texto claro y accesible que abarcara todos los contenidos previstos. Sin embargo, el mayor inconveniente surgió durante la última entrevista, cuando los micrófonos fallaron a pesar de haberse realizado pruebas de sonido previas, lo que dificultó considerablemente su edición.

Fuente: elaboración propia 3

4. RESULTADOS

Como resultado de este Trabajo de Fin de Grado se presenta el reportaje periodístico multimedia titulado: *Crimen a la carta*: <https://preview.shorthand.com/vECcksrpyoHIBL3I>. El proceso de este proyecto periodístico se divide en las siguientes fases: preproducción, producción y postproducción.

4.1. Preproducción

Tal y como se refleja en el cronograma, esta primera etapa está centrada en la búsqueda bibliográfica. En el primer apartado se exponen los antecedentes y la evolución del *true crime*, así como la transformación de las audiencias y las plataformas. En el segundo apartado, el aumento de la oferta y del consumo en *streaming*. Y en el tercer apartado, la percepción pública y la ética periodística. Una vez definido el marco de estudio, se procede a realizar los primeros contactos con las posibles fuentes expertas, historias de vida y la creación de contenido audiovisual para el reportaje.

El contacto con Alejandra Lozano, periodista y divulgadora, se realizó tras un previo seguimiento de su trabajo por Instagram. Por otro lado, el neuropsicólogo Antonio Arjona Valladares, Florencio González, abogado penalista y Antonio Andrés Laso, licenciado en Derecho y Criminología, fueron contactados tras una previa investigación de sus recorridos profesionales.

Mientras se realizaban los posibles contactos comenzaron las pruebas con el gestor de contenidos. Se eligió como herramienta la plataforma Shorthand debido a la familiaridad tras experiencias anteriores. Un soporte intuitivo que mezcla los recursos multimedia e interactivos y que carece de publicidad.

Figura 1. Visualización del gestor de contenidos



Fuente: elaboración propia 4

4.2. Producción

El contenido del reportaje, en concreto lo que se refiere a las entrevistas y al cuestionario, fue realizado durante los meses de abril, mayo y junio. Siguiendo un orden cronológico, el cuestionario fue lo primero en realizarse. Para elaborarlo se empleó la aplicación de Google Forms y Canva, después se difundió a través de Instagram y Whatsapp el 8 de abril de 2025.

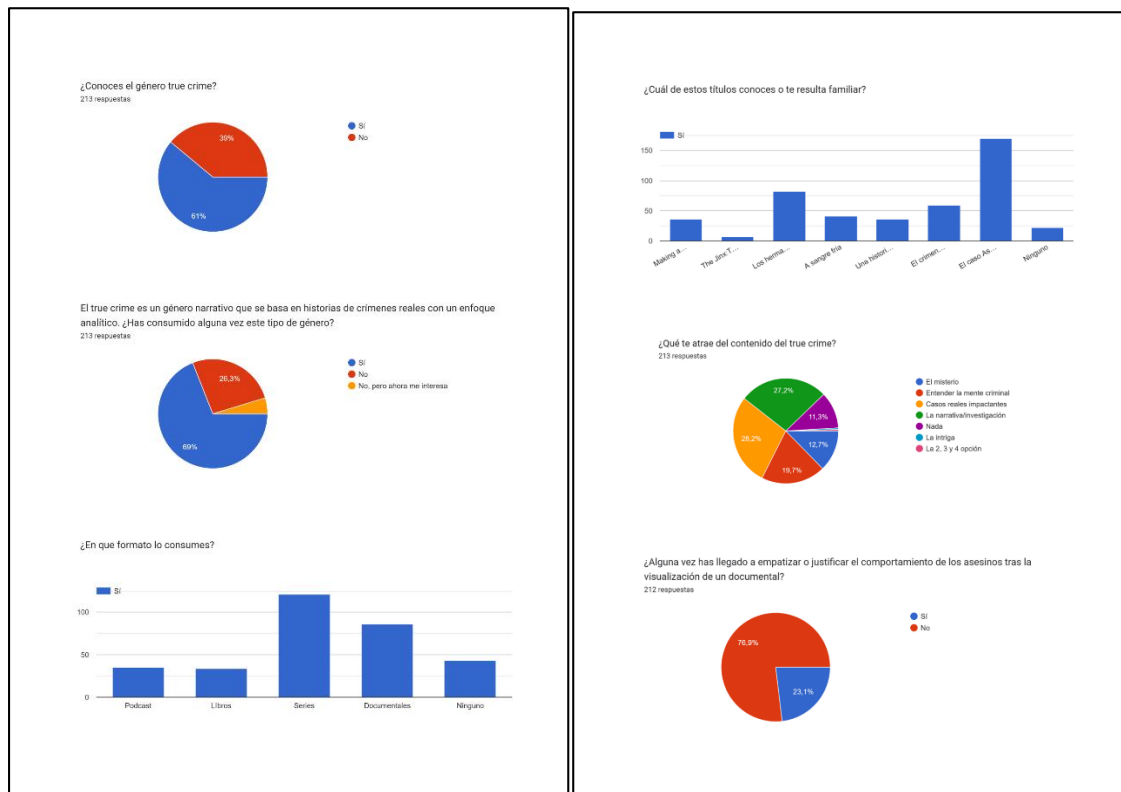
Figura 2. Visualización de la elaboración y difusión del cuestionario



Fuente: elaboración propia 5

A continuación, se recogen algunos resultados de dicho cuestionario que ayudaron a conformar el reportaje (Figura 3). Entre los resultados más relevantes se encuentra que el 69% de los encuestados consumió alguna vez *true crime* y que la mayoría lo hacen a través de las series. Entre los títulos ofrecidos, el más reconocido es el de la serie documental “El caso Asunta”. En lo que se refiere a los motivos que atraen al público a visualizar este género el más seleccionado es que “son casos reales impactantes”, con un 28,2%, sin embargo, el resto de opciones lo siguen de cerca. Además, el 23,1% de los encuestados señala que llegaron a empatizar en alguna ocasión con el comportamiento de algunos asesinos tras la visualización de un documental.

Figura 3. Selección de algunas preguntas elaboradas en el cuestionario



Fuente: elaboración propia 6

A la hora de grabar las entrevistas se emplearon dos teléfonos móviles, un portátil, dos micrófonos de corbata y un trípode (Figura 4).

Figura 4. Material utilizado para la elaboración de las entrevistas



Fuente: elaboración propia 7

Las fuentes expertas que participaron en este proyecto se reflejan en la Figura 5. Alejandra Lozano, periodista, explica el auge del *true crime*, su forma de abordar el género y la polémica “a favor o en contra” del mismo. A través del testimonio del neuropsicólogo, Antonio Arjona Valladares, se busca dar respuesta a cuestiones como, por qué la sociedad se siente atraída por los crímenes reales, o la capacidad de empatía del ser humano. Las cuestiones jurídicas de este género se responden con las declaraciones de Antonio Andrés Laso, licenciado en Derecho y Criminología y del abogado penalista, Florencio González Hernández, al que se le realizó una entrevista a través de WhatsApp.

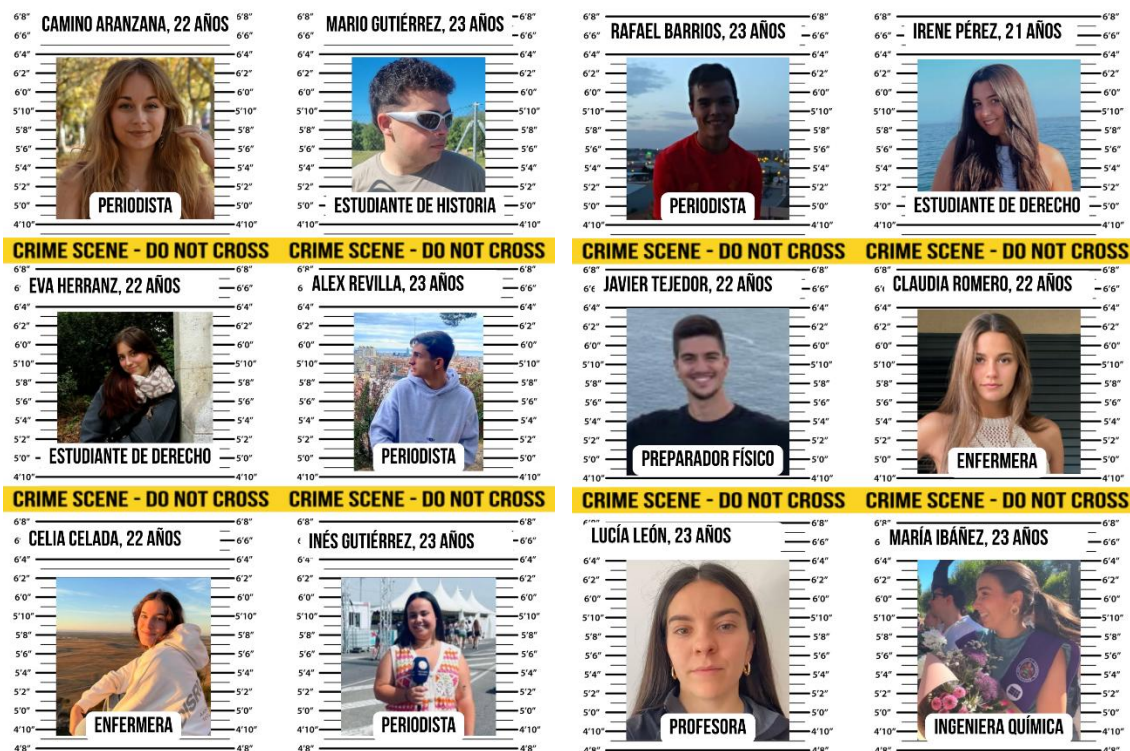
Figura 5. Presentación del perfil profesional de las fuentes expertas



Fuente: elaboración propia 8

Las declaraciones de los 12 jóvenes respaldan las historias de vida y explican el motivo de su atracción por el *true crime*, o cómo lo consumen a través de plataformas de *streaming*. Sus perfiles se reflejan en la Figura 6.

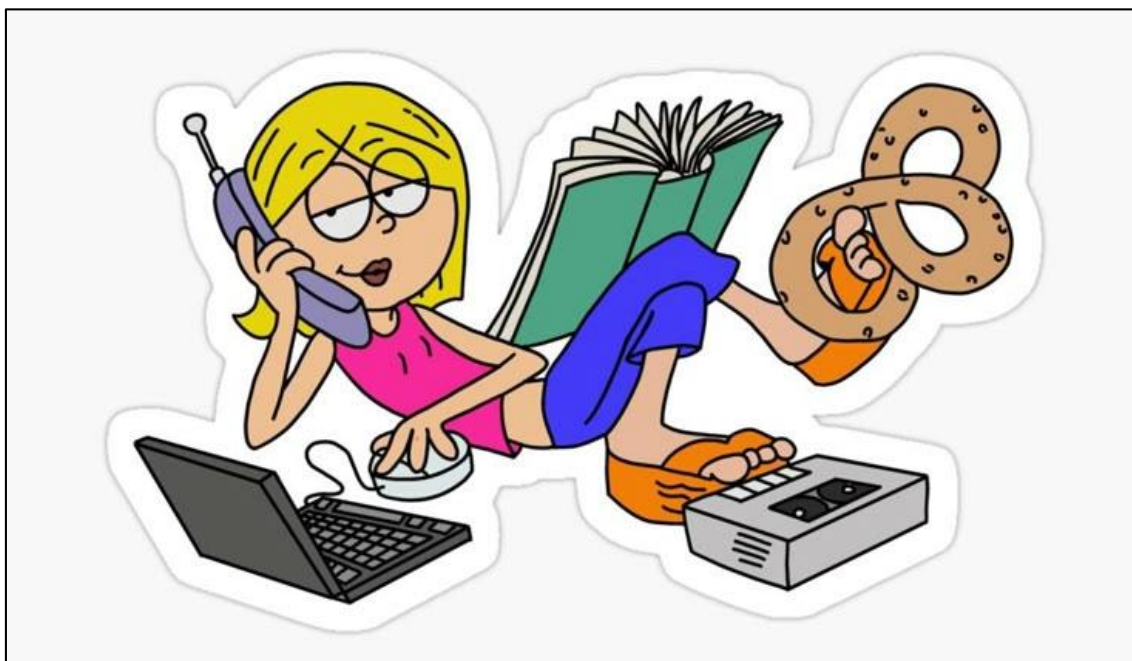
Figura 6. Presentación del perfil personal de las historias de vida



Fuente: elaboración propia 9

Para crear las imágenes que preceden a las entrevistas de Antonio Arjona, Alejandra Lozano y Antonio Andrés Laso se empleó OpenAI (versión GPT-4.5). La inspiración para crear las “muñecas” surgió a raíz de la película *The Lizzie McGuire Movie*. En el reportaje se recrea el estilo del vídeo “¿Conoces A sangre fría?”, que aparece en el apartado titulado “Metamorfosis”. Para ello, se subieron a la plataforma la imagen del vídeo y una imagen original de Lizzie McGuire. Posteriormente, se indicó a la inteligencia artificial que recreara la segunda imagen basándose en la primera, además de especificar los detalles concretos del diseño. Por último, las imágenes se terminaron de editar con Canva y se incorporaron al reportaje.

Figura 7. Imagen original de Lizzie McGuire



Fuente: Pinterest 10

Figura 8. Imagen inspirada en Lizzie McGuire y en el vídeo del reportaje "¿Conoces A sangre fría?"



Fuente: elaboración propia con OpenAI 11

4.3. Postproducción

Durante la fase de postproducción se lleva a cabo la edición de los brutos, la elaboración de las infografías y de los elementos interactivos que forman el reportaje. La Figura 7 muestra las aplicaciones empleadas y su función.

Figura 9. Aplicaciones empleadas

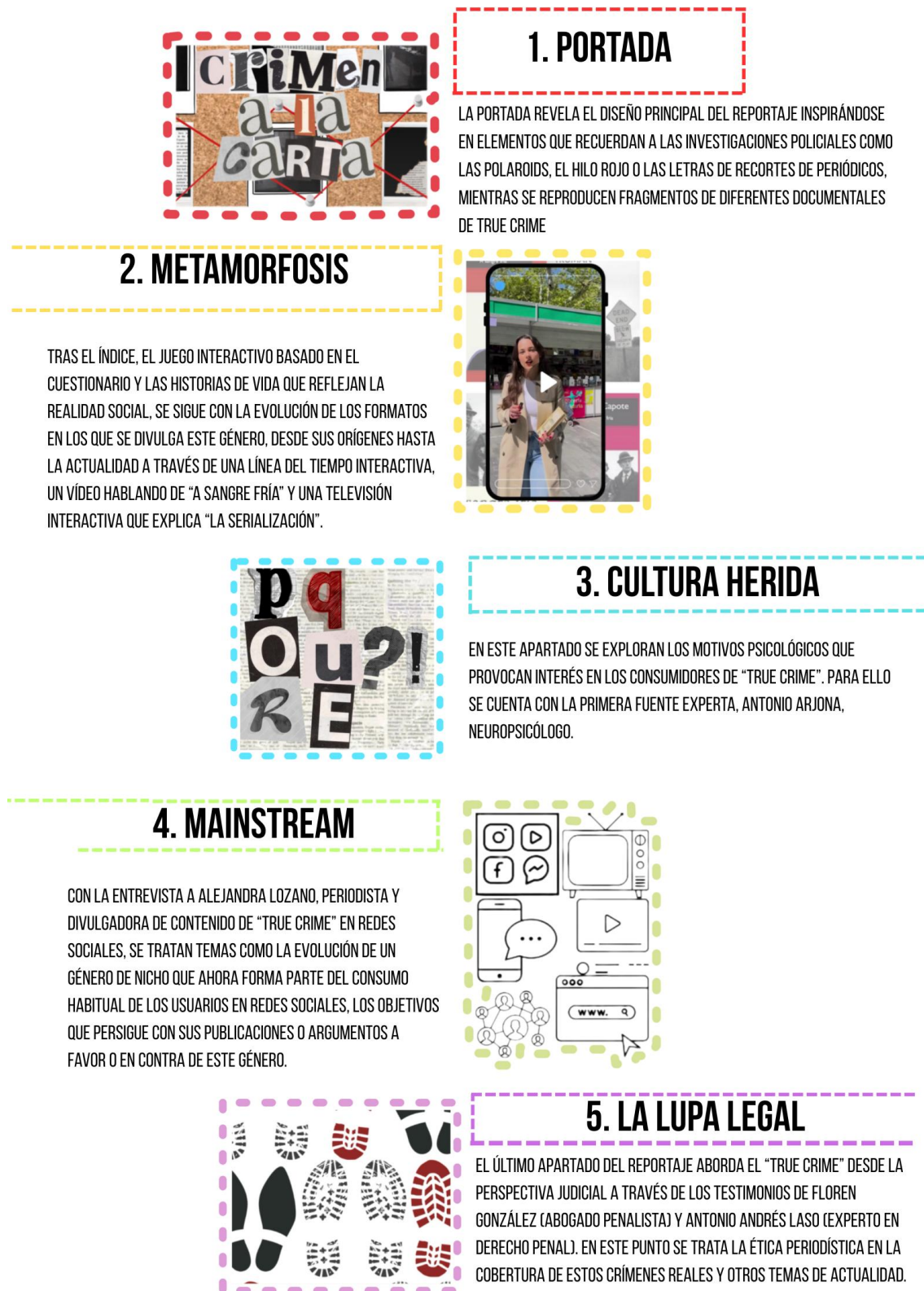


Fuente: elaboración propia 12

A continuación, se explica la organización de la estructura narrativa del reportaje (Figura 8) que se centra en torno a las historias de vida y a los testimonios de las fuentes expertas. La primera parte, con las historias de vida y el cuestionario, refleja la realidad social del fenómeno. La segunda parte detalla la evolución de los formatos y se remonta a los orígenes del *true crime*, acompañada de un vídeo sobre *A sangre fría*.

En la tercera parte, se aporta el testimonio del neuropsicólogo que precede a la cuarta y a la quinta, con la periodista, que expone la situación en la que se encuentra el género en la actualidad, y de los expertos en derecho penal. Estas secciones están acompañadas de elementos interactivos e infografías con datos.

Figura 10. Explicación del diseño y estructura del reportaje “Crimen a la carta”



Fuente: elaboración propia 13

5. CONCLUSIONES

Este Trabajo de Fin de Grado finaliza con el cumplimiento de los objetivos propuestos al inicio de la investigación. El primer objetivo, centrado en el análisis de las razones del auge del *true crime* en las plataformas digitales, se alcanza gracias a la investigación sobre el consumo de dicho género, su oferta en los canales de *streaming* y la documentación sobre las audiencias. El segundo objetivo, enfocado a conocer el perfil de la audiencia y los factores que la atraen a este subgénero, se cumple mediante el cuestionario, las historias de vida y la entrevista con el neuropsicólogo Antonio Arjona.

A través del trabajo de investigación y la entrevista con Antonio Andrés Laso y Florencio González, expertos en Derecho Penal, se logran los objetivos tres y cuatro: analizar el impacto del *true crime* en la percepción pública de la justicia e investigar el papel de la ética periodística en los crímenes reales.

El cumplimiento de los objetivos permite confirmar o refutar las hipótesis planteadas al inicio de la investigación periodística. La primera hipótesis, “los expertos apuntan a que el aumento *del* consumo del *true crime* tiene causas psicológicas basadas en el morbo y la curiosidad por conocer la mente humana”, puede corroborarse parcialmente. Tal como se refleja en el marco teórico, el interés del público por este género suele relacionarse con el morbo, pero esta idea resulta ambigua, ya que existen motivos más profundos. Es en este punto, cuando se confirma parcialmente la hipótesis, ya que según las investigaciones y el testimonio del neuropsicólogo, se exponen motivos psicológicos y evolutivos que explican la atracción hacia este contenido.

La segunda hipótesis se reafirma en su totalidad gracias a los testimonios del neuropsicólogo y de los expertos en derecho penal, que corroboran que, “los consumidores de *true crime* pueden desarrollar una sensibilidad hacia los fallos del sistema e incluso empatizar con los agresores”.

En cuanto a la tercera y última hipótesis, “el límite entre información y entretenimiento reside en la cobertura respetuosa, enfocada en el rigor informativo y donde no haya cabida al sensacionalismo”, también se confirma en su totalidad. Diversos autores afirman que el *true crime* conlleva una gran responsabilidad ética, como se refleja a partir de la documentación del marco

teórico. Además, esta hipótesis fue reafirmada por Antonio Andrés Laso y Florencio González Hernández.

A estas conclusiones se suman las ideas extraídas de las historias de vida y los resultados del cuestionario de elaboración propia incluido en el reportaje, se confirma el creciente interés por el género gracias a las plataformas de *streaming*. Por otro lado, el formulario revela que la mayoría de los consumidores acceden a través de transmisiones en línea, por encima de los formatos tradicionales. El 23,1% manifiesta llegar a empatizar en algún momento con los criminales.

Durante la elaboración del presente trabajo de investigación periodística se encontraron algunas limitaciones, como el difícil acceso a investigaciones previas o la falta de datos del consumo del género tanto en el pasado como en la actualidad. No obstante, la realización de este reportaje periodístico supone un aprendizaje tanto profesional como personal, permitiendo no solo demostrar los conocimientos adquiridos en la carrera, sino también enfrentarse a situaciones reales que podrían presentarse en un futuro profesional.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaraz, F. G., Espín, A. A., Martínez, A. H., & Alarcón, M. M. (2006). *Diseño de cuestionarios para la recogida de información: metodología y limitaciones*. *Revista Clínica de Medicina de Familia*, 1(5), 232–236.
- Balanzategui, J. (2019). The quality crime drama in the TVIV era: *Hannibal*, *True Detective*, and surrealism. *Quarterly Review of Film and Video*, 35(6), 657–679. <https://doi.org/10.1080/10509208.2018.1499341>
- Boling, K. (2019). *True crime* podcasting: Journalism, justice or entertainment? *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*. https://doi.org/10.1386/rjao_00003_1
- Boling, K. S., & Hull, K. (2018). Undisclosed information—*Serial* is My Favorite Murder: Examining motivations in the *true crime* podcast audience. *Journal of Radio & Audio Media*, 25(1), 92–108. <https://doi.org/10.1080/19376529.2017.1370714>

- Bolufer, M., & Gomis, J. (2011). Delitos privados y literatura popular en los orígenes de la opinión pública: A propósito del crimen de Castillo. *Estudis. Revista d'Història Moderna*, (37), 217–233. <https://roderic.uv.es/handle/10550/66953>
- Bore, D. (2019). *El nacimiento del atracón: La televisión serial y el fin del ocio*. Prensa de la Universidad Estatal de Wayne.
- Bruzzi, S. (2016). La creación de un género: El caso del documental contemporáneo sobre crímenes reales. *Derecho y Humanidades*, 10(2), 249–280. <https://doi.org/10.1080/17521483.2016.1233741>
- Caro Baroja, J. (1990). *Ensayo sobre la literatura de cordel*. Ediciones Istmo.
- Chárriez Cordero, M. (2012). Historias de vida: Una metodología de investigación cualitativa. *Revista Griot*, 5(1), 50–67. <https://revistas.upr.edu/index.php/griot/article/view/1775>
- Chartier, R. (2012). *La aparición del periodismo en Europa*. Marcial Pons Ediciones.
- Del Barrio Cabello, A. (2024). El documental *true crime* español en las plataformas digitales (2016-2021): Evolución y rasgos característicos. *AVANCA | CINEMA*. <https://doi.org/10.37390/avancacinema.2023.a504>
- De la Aleja y Barcelona, M. G. (1985). Nuevo periodismo, las mentiras de Truman Capote, y otras historias. *Atlantis*, 7(1/2), 67–78. <http://www.jstor.org/stable/41054518>
- Edison Research. (2024, septiembre). *True crime consumer report presentation*. <https://www.edisonresearch.com/wp-content/uploads/2024/09/True-Crime-Consumer-Report-Presentation.pdf>
- Flores-Ruiz, I., & Humanes-Humanes, M. L. (2014). Hábitos y consumos televisivos de la generación digital desde la perspectiva de los usos y gratificaciones: Estudio de caso en la Universidad Rey Juan

Carlos. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 5(1), 137–155.
<https://doi.org/10.14198/MEDCOM2014.5.1.06>

Fundación Konrad Adenauer. (2010). *Manual para periodistas de investigación*.
https://www.kas.de/documents/287460/4262432/periodismo_de_investigacion_ESP.pdf

Garrido, V. (2020). *Nuevos perfiles criminales*. Ariel.

Garrido, V. (2021). *True crime: La fascinación del mal*. Ariel.

Garrido, V. (2024). El género *true crime* y la criminología: Una introducción.
Boletín Criminológico, artículo 12/2024_30AÑOS_BC (n.º 234).

Golob, B. (2018). Un-making a murderer: New media's impact on (potential) wrongful conviction cases. *California Western Law Review*, 54(1), Artículo 5.

Hernández, K. S. (2009). El método historia de vida: Alcances y potencialidades. Recuperado el 11 de septiembre de 2012, de
<http://www.gestiopolis.com/economia/metodo-de-investigación-cualitativa.htm>

Hernández, M. A. (2019). True injustice: Cultures of violence and stories of resistance in the new *true crime*. *IdeaFest: Interdisciplinary Journal of Creative Works and Research from Humboldt State University*, 3, Artículo 13.

Hibbett, M. (2019). Audible killings: Capitalist motivation, character construction, and the effects of representation in *true crime* podcasts. *English Honors Papers*, 35.

Hunter, M. L. (2013). *La investigación a partir de historias: Manual para periodistas de investigación*. Ediciones Unesco.

Maher, S., & Cake, S. (2023). Innovación en crímenes reales: Transformación genérica en series documentales. *Estudios en Cine Australasiano*, 17(1–2), 95–109.

- Melo, M. (2024, agosto 7). Las series de Netflix con éxito instantáneo [Gráfico]. En *Statista*. <https://es.statista.com/grafico/29843/series-de-netflix-mas-vistas-en-el-mundo-en-los-primeros-91-dias-tras-su-estreno/>
- Morgan, M. (2019). *La teoría del cultivo de los efectos de los medios de comunicación*. Routledge.
- Mumford, G. (2016, enero 7). Making a murderer: The Netflix documentary beating TV dramas at its own game. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2016/jan/07/making-a-murderer-netflix-documentary>
- Muñoz, T. G. (2003). El cuestionario como instrumento de investigación/evaluación. *Centro Universitario Santa Ana*, 1(1), 1–47.
- Nirtaut, B. (2024). *True crime obsession: Analyzing the effects of true crime media from the past to the present* (Trabajo de grado, University Honors College). <https://scholars.indianastate.edu/honorsp/12>
- OpenAI. (2025, junio 18).¹ *Conversación con ChatGPT sobre la creación de ilustraciones personalizadas estilo cartoon* [Modelo de lenguaje]. ChatGPT. <https://chat.openai.com/>
- Orth, T. (2022, 14 de septiembre). Half of Americans enjoy *true crime*, and more agree it helps solve cold cases. *YouGov*. <https://today.yougov.com/entertainment/articles/43762-half-of-americans-enjoy-true-crime-yougov-poll>
- Orús, A. (2025, abril 7). Número de suscriptores de los principales servicios de *streaming* de vídeo a nivel mundial en 2023. En *Statista*. <https://es.statista.com/estadisticas/1287910/suscriptores-de-los-principales-servicios-de-streaming-de-video-del-mundo/>
- Orús, A. (2025, abril 24). Número de usuarios de vídeo bajo demanda por segmento a nivel mundial de 2018 a 2027. En *Statista*.

¹ La inteligencia artificial se empleó para crear las imágenes que preceden a las entrevistas del reportaje, así como para la revisión ortográfica y las correcciones bibliográficas.

<https://es.statista.com/previsiones/1289341/usuarios-de-vídeo-a-la-carta-por-segmento-en-todo-el-mundo>

Parrot Analytics. (2024, 10 de noviembre). *Streaming economics: United States TV & streaming landscape: Key audience trends and consumer insights for major platforms*. Parrot Analytics. <https://www.parrotanalytics.com/insights/us/>

Partridge, P. C. H. (2018). *Did he do it?: Judging the suspect-protagonist in true crime documentaries* [Tesis de licenciatura, Universidad de Wesleyan]. <https://wescholar.wesleyan.edu>

Phillips, B. M. (2017). “You want it all to happen now!”: *The Jinx, The Imposter, and re-enacting the digital thriller in true crime documentaries* [Tesis de maestría, USF Tampa]. USF Tampa Graduate Theses and Dissertations. <http://scholarcommons.usf.edu>

Rainie, L. (2021, marzo 17). Cable and satellite TV use has dropped dramatically in the U.S. since 2015. *Pew Research Center*. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2021/03/17/cable-and-satellite-tv-use-has-dropped-dramatically-in-the-u-s-since-2015/>

Real Academia Española. (s. f.). Psicología. En *Diccionario de la lengua española* (23.^a ed.). <https://dle.rae.es/psicolog%C3%ADa>

Romero Domínguez, 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. <https://doi.org/10.21555/rpc.v0i2.2332>

Russo, S. G. (2024). Explorando la teoría del cultivo: Impacto en la percepción y comportamiento social. *Temas de Comunicación*, 1(48), 62–88.

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.

- Seltzer, M. (1997). Wound culture: Trauma in the pathological public sphere. *October*, 80, 3–26. <https://doi.org/10.2307/778805>
- Seltzer, M. (2007). *True crime: Observations on violence and modernity* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203944202>
- 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>
- Stocking, G., Matsa, K. E., Naseer, S., St. Aubin, C., Shearer, E., Jurkowitz, M., & Ghosh, S. (2023, 15 de junio). A profile of the top-ranked podcasts in the U.S. *Pew Research Center*. <https://www.pewresearch.org/journalism/2023/06/15/a-profile-of-the-top-ranked-podcasts-in-the-u-s/>
- Stoll, J. (2025, enero 22). Quarterly number of Netflix *streaming* subscribers worldwide. *Statista*. <https://www.statista.com/statistics/250934/quarterly-number-of-netflix-streaming-subscribers-worldwide/>
- Taylor, S. J., & Bogdan, R. (2008). La entrevista en profundidad. En *Métodos cuantitativos aplicados* (pp. 194–216).
- Tinker, R. (2018). Guilty pleasure: A case study of *true crime*’s resurgence in a binge consumption era. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 9(1), 95–107. <https://www.elon.edu>
- Vidal, A., & Corbillón, A. (2023, 21 de diciembre). El auge del ‘*true crime*’ en el audiovisual y en las redes sociales. *Variación XXI*. <https://variacionxxi.com/2023/12/21/auge-true-crime-redes-sociales/>
- Warmedal, M. (2018). The future of high-quality documentaries reaching a world audience. *Global Investigative Journalism Network (GIJN)*. <https://gijn.org>
- Wright, H. (2020). Ethics and *true crime*: Setting a standard for the genre. *Book Publishing Final Research Paper*, (51).

https://pdxscholar.library.pdx.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1050&context=eng_bookpubpaper

7. ANEXOS

Anexo 1. Preguntas del cuestionario

PREGUNTA	OPCIONES
1. ¿Cuál es su género?	Mujer/ Hombre/ No binario/ Prefiero no decirlo
2. ¿A qué generación pertenece?	Generación X (1965-1980)/ Generación Milenial (1981-1994)/ Generación Z (1995-2009)/ Otra
3. ¿Conoce el género <i>true crime</i> ?	Sí/ No
4. El <i>true crime</i> es un género narrativo que se basa en historias de crímenes reales con un enfoque analítico. ¿Ha consumido alguna vez este tipo de género?	Sí/ No/ No, pero ahora me interesa
5. ¿En qué formato lo consume?	Podcast/ Libros/ Series/ Documentales/ Ninguno
6. Entre las siguientes plataformas de <i>streaming</i> ¿cuál es la que más emplea?	Netflix/ Amazon prime/ Disney Plus/ HBO Max/ Ninguna/ Otra
7. ¿Cuál de estos títulos conoce o le resulta familiar?	Making a Murderer/ The Jinx: The Life and Death of Robert Durst/ Los hermanos Menendez/ A sangre fría/ Una historia de crímenes/ El crimen

	de Fuencarral/ El caso Asunta/ Ninguno
8. ¿Qué le atrae del contenido del <i>true crime</i> ?	El misterio/ Entender la mente criminal/ Casos reales impactantes/ La narrativa-investigación/ Nada/ Otro
9. ¿Alguna vez ha llegado a empatizar o justificar el comportamiento de los asesinos tras la visualización de un documental?	Sí/ No
10. ¿Considera que el <i>true crime</i> debe tener límites éticos en su producción y difusión?	Sí, debe respetar a las víctimas y a las familias/ No, mientras sea informativo/ Depende del caso
11. ¿Alguna vez un caso de <i>true crime</i> te impactó o te hizo reflexionar profundamente? ¿Cuál y por qué?	Respuesta libre

Fuente: elaboración propia 12