



**IMAGINARIOS SOCIALES Y MERCADOTECNIA:  
EL ASESINO SERIAL COMO MERCANCÍA**

**Autor**

Noam Echeverry Reyes - ID: 805837

Corporación Universitaria Minuto De Dios - Uniminuto  
Rectoría Bogotá Región (Bogotá)  
Centro Universitario Noroccidente Bogotá (Engativá)  
Programa De Psicología Presencial  
Diciembre de 2025

**IMAGINARIOS SOCIALES Y MERCADOTECNIA:  
EL ASESINO SERIAL COMO MERCANCÍA**

**Autor**

Noam Echeverry Reyes - ID: 805837

Monografía presentada como requisito para optar al título de Psicólogo

**Tutora**

Psi., Mg., Nolly Nataly Castañeda Ibáñez

**Lector**

PhD. Francisco Hernando Gómez Torres

Corporación Universitaria Minuto De Dios - Uniminuto  
Rectoría Bogotá Región (Bogotá)  
Centro Universitario Noroccidente Bogotá (Engativá)  
Programa De Psicología Presencial  
Diciembre de 2025

## Dedicatoria

A mi abuelita, porque en su vida  
encontré el ejemplo más noble de amor y entrega.  
Su recuerdo me acompaña en cada paso, como una voz que me impulsa  
y una presencia que no se extingue. Este logro también es suyo,  
porque muchas de las fuerzas que me sostuvieron  
nacieron de lo que ella sembró en mí.

Y a mí, por haber convertido el dolor en impulso,  
la ausencia en fortaleza y el cansancio en motivo para seguir.  
Porque este camino fue también una forma de honrarla, de  
honrarme, y de demostrar que la constancia puede transformar el  
recuerdo en legado.

## **Agradecimientos**

A mi profesora y tutora, Nolly Nataly Castañeda Ibáñez, por su orientación, paciencia y su compromiso durante todo este proceso. Su guía fue fundamental para dar forma a este trabajo y a mi proceso académico.

A la persona que llegó a mi vida en el momento preciso y decidió quedarse, acompañando cada paso, cada desvelo y cada duda. Su presencia constante y su apoyo incondicional fueron un ancla de calma en medio de las exigencias y un recordatorio de que los logros compartidos tienen un significado más profundo.

Y a mí, por no rendirme, por sostener la mirada incluso cuando el camino se tornó incierto, y por creer en lo que podía construir con esfuerzo y convicción.

## Prólogo

La motivación principal para abordar esta problemática surge del creciente fenómeno de la espectacularización del crimen y de la transformación del asesino serial en un producto cultural rentable. En las últimas décadas, los medios de comunicación, las plataformas de *streaming* y las redes sociales han contribuido a consolidar una narrativa que convierte al asesino serial en una figura de culto.

Este proceso ha desplazado progresivamente el análisis desde los enfoques criminológicos y psicológicos tradicionales hacia el terreno del entretenimiento masivo, donde el horror se consume como espectáculo (Urvio, 2023).

Esta monografía nace de la inquietud personal y académica por comprender cómo la figura del asesino serial, inicialmente objeto de estudio clínico y judicial, ha sido reconfigurada como una mercancía simbólica dentro de la cultura contemporánea (Iáñez Picazo, 2021). Más allá de su dimensión criminal, el asesino serial se ha convertido en un ícono mediático y mercadotécnico (Doyle, 2025; Jiménez, 2014), representado a través de películas, series, documentales y productos derivados que generan valor económico y emocional en el público. Este fenómeno no solo responde a las lógicas del mercado y del consumo cultural, sino que también incide en las formas en que la sociedad interpreta la violencia, el crimen y la justicia (Boling & Slakoff, 2025; Morales, 2024).

Desde una mirada interdisciplinaria, este trabajo integra perspectivas provenientes de la criminología, la psicología jurídica, la sociología y la mercadotecnia, reconociendo que el estudio del asesino serial excede las fronteras de una sola disciplina (Jiménez, 2014). Como señala Marulanda

Cardona (2020), comprender este tipo de fenómenos exige articular los factores estructurales, simbólicos y comunicativos que intervienen en la producción del imaginario criminal. En este sentido, el análisis propuesto busca iluminar las implicaciones sociales, éticas y culturales derivadas de la mercantilización del asesino serial (Bagué Martínez, 2024; Quintero, 2025) y su representación mediática (Doyle, 2025), así como su impacto en la percepción social de la violencia y el miedo.

Metodológicamente, este trabajo se sustenta en un enfoque cualitativo e interpretativo, orientado a analizar los sentidos culturales atribuidos al asesino serial en contextos mediáticos y sociales específicos (Bagué Martínez, 2024; Doyle, 2025; Guerrero Bejarano, 2016; Jiménez, 2014). Se parte de la premisa de que el crimen no debe entenderse únicamente como un hecho jurídico o clínico, sino como un fenómeno narrativo y simbólico que revela las tensiones éticas, estéticas y políticas de una sociedad. Desde esta perspectiva, estudiar la representación mediática y la mercantilización del asesino serial permite observar cómo el horror se convierte en espectáculo y cómo el mito criminal se transforma en una mercancía cultural (Bagué Martínez, 2024; Cárdenas, 2022; Quintero, 2025), legitimando determinadas formas de consumo y resignificando los límites entre la moral, el placer y la violencia.

En última instancia, esta monografía busca contribuir al campo de la psicología jurídica, clínica e incluso a la criminología desde una mirada crítica e interdisciplinaria, aportando a la comprensión de cómo los imaginarios colectivos (Cortes Fuentes, 2023) se estructuran alrededor del mal y cómo el mercado los reproduce, estetiza y normaliza.

## Tabla de contenido

Introducción .....	8
Justificación .....	10
Planteamiento del problema .....	13
Pregunta problema .....	14
Objetivo general .....	14
Objetivos Específicos .....	15
Marco Teórico.....	15
1. Antecedentes de la problemática .....	15
2. Los imaginarios sociales.....	16
3. Mercantilización y estetización del asesino serial. ....	18
4. Implicaciones psicosociales y éticas.....	19
5. En los últimos años.....	19
Metodología.....	21
Criterios de inclusión .....	22
Criterios de exclusión .....	23
Recolección y análisis de información .....	23
Consideraciones éticas.....	24
Resultados.....	25
Discusión .....	34
Conclusiones .....	40
Referencias .....	43

## Introducción

La figura del asesino serial constituye un objeto de estudio singular en disciplinas como la psicología, la criminología y los estudios culturales (Bagué Martínez, 2024). Según Ramsland (2006), los asesinos seriales son individuos que cometen al menos tres homicidios en diferentes momentos, separados por periodos de “enfriamiento” que marcan la interrupción temporal de su actividad delictiva. Desde una perspectiva psicológica, estos sujetos se caracterizan por la ausencia de empatía, la necesidad de control, la manipulación interpersonal y la presencia de distorsiones cognitivas que justifican sus actos (Vergara Santos et al., 2024). Tales rasgos revelan que el asesino serial no solo representa una desviación legal, sino una configuración compleja donde convergen factores psicológicos, sociales y simbólicos.

En el ámbito criminológico y forense, la perfilación criminal se ha desarrollado como una herramienta para comprender los patrones de comportamiento de estos individuos, anticipar conductas y optimizar su captura (Serrano, 2014). Aunque constituyen una minoría estadística, los asesinos seriales despiertan un enorme interés público por su capacidad para encarnar una forma extrema de violencia que desafía las normas morales y culturales (Morales, 2024). Este interés ha trascendido lo científico para convertirse en un fenómeno de consumo masivo: los medios de comunicación y la industria del entretenimiento han transformado al asesino serial en una figura mediática, un ícono que genera tanto repulsión como fascinación (Bond, 2016; Doyle, 2025; Schmid, 2005).

Desde la perspectiva de los estudios culturales, la figura del asesino serial puede entenderse como una representación imaginaria producida por la sociedad contemporánea. Castoriadis (1987) define los imaginarios sociales como conjuntos de significados instituyentes que configuran las representaciones colectivas de una época. En este marco, el asesino serial encarna un imaginario del mal, una figura liminal que permite a la sociedad reflexionar sobre sus propios límites éticos y morales. Este proceso se articula con lo que Baudrillard (1998) denomina la lógica de la simulación, en la cual la realidad es reemplazada por representaciones hiperreales que se consumen como mercancías. Así, la violencia y el crimen no solo se narran: se estetizan y se venden.

El fenómeno se intensifica en la era digital, donde la mercadotecnia cultural y las plataformas de streaming promueven la serialización del mal a través de productos como *Mindhunter* (Fincher, 2017), *Dahmer – Monster: The Jeffrey Dahmer Story* (Murphy & Brennan, 2022) o *Extremely Wicked, Shockingly Evil and Vile* (Berlinger, 2019). Estos productos consolidan la figura del asesino serial como un bien simbólico, susceptible de ser consumido, reinterpretado y compartido en redes sociales. Según Gulina et al. (2024), este tipo de consumo responde tanto a la necesidad cognitiva de comprender comportamientos extremos como al deseo emocional de experimentar sensaciones intensas en contextos de vida rutinarios.

Desde una perspectiva jurídica y ética, surge una paradoja: aunque el asesino serial representa una figura transgresora, continúa siendo un sujeto de derecho dentro del marco garantista (Ferrajoli et al, como se citó en Velez, 2001; Jiménez, 2014). Esta tensión entre la espectacularización mediática y el

reconocimiento de la dignidad jurídica ilustra la ambigüedad de la figura del asesino serial en la cultura contemporánea (Doyle, 2025; Iáñez Picazo, 2021).

En consecuencia, esta monografía tiene como propósito analizar cómo la figura del asesino serial, tradicionalmente abordada desde la psicología y la criminología, se ha transformado en un objeto de consumo cultural a través de los imaginarios sociales y las estrategias de mercadotecnia mediática. Se busca examinar las implicaciones simbólicas, éticas y socioculturales derivadas de la mercantilización del mal y la estetización de la violencia en la cultura global actual.

### **Justificación**

Esta monografía investigativa titulada *Imaginarios sociales y mercadotecnia: el asesino serial como mercancía*, tiene como propósito analizar cómo la figura del asesino serial ha sido transformada en un objeto de consumo cultural mediante las representaciones mediáticas y las estrategias de mercadotecnia contemporáneas. Se busca comprender los imaginarios sociales que configuran la fascinación por estos personajes y las implicaciones psicológicas, éticas y socioculturales derivadas de su mercantilización.

Se desarrollará una investigación de tipo cualitativo–teórico, enfocada en el análisis de cómo los discursos mediáticos y las dinámicas del mercado convierten al asesino serial en un producto simbólico y rentable. Se examinarán producciones audiovisuales, literarias y digitales (series, películas, podcasts, novelas y merchandising) que difunden su imagen, con el fin de

identificar los mecanismos de estetización, consumo y mercantilización de la violencia.

La investigación se fundamenta en la existencia de un vacío en la literatura científica, particularmente en el contexto colombiano y latinoamericano, donde los estudios sobre asesinos seriales han abordado su perfil criminológico y psicológico (Castaño & López, 2018; Millán Cano & Soto Rubio, 2023; Vergara Santos et al., 2024), pero no su conversión en producto mediático y cultural (Doyle, 2025). En contraste, autores como Schmid (2005), Jones (2020) y McCann (2022) han analizado en contextos anglosajones la transformación del asesino serial en un ícono cultural y una mercancía simbólica, fenómeno escasamente explorado en la psicología y los estudios sociales colombianos.

Además, esta investigación responde a una necesidad social y académica de examinar cómo los medios y el mercado moldean las narrativas sobre el crimen, muchas veces eclipsando el sufrimiento de las víctimas y desplazando el debate ético hacia el espectáculo (Boling & Slakoff, 2025; Greer & Reiner, 2012; Surette, 2015). Comprender este proceso resulta crucial, ya que la constante exposición a contenidos que glorifican la figura del asesino puede distorsionar la percepción social del crimen, la justicia y la prevención, generando fenómenos de desensibilización o fascinación patológica (Bagué Martínez, 2024; Bond, 2016; Ramsland, 2006; Gulina et al., 2024).

El estudio es también relevante por su enfoque interdisciplinario. La criminología permite entender las estructuras del delito y los patrones conductuales; la psicología jurídica analiza los procesos cognitivos, emocionales y simbólicos del agresor y del público espectador; la sociología

ofrece herramientas para comprender cómo la sociedad construye significados alrededor del mal y la violencia; y la mercadotecnia explica los mecanismos mediante los cuales la cultura del consumo convierte el crimen y la transgresión en productos rentables (Baudrillard, 1998; Castoriadis, 1987; Iáñez Picazo, 2021). Esta integración disciplinar amplía el horizonte interpretativo, situando la figura del asesino serial como síntoma cultural de la modernidad mediática.

El objetivo principal es aportar a la disciplina psicológica y a la academia una reflexión crítica sobre las nuevas formas de representación del mal en la cultura de masas, así como sobre los efectos psicosociales que derivan de su consumo. Desde la psicología, el estudio busca comprender los procesos de identificación, fascinación o banalización del mal, contribuyendo a una lectura crítica de las dinámicas de consumo simbólico. En el ámbito académico, pretende llenar un vacío investigativo y fomentar el diálogo interdisciplinario entre psicología, criminología y mercadotecnia cultural. En el plano social, la monografía busca promover conciencia sobre los riesgos éticos y psicológicos de la estetización del sufrimiento humano y de la trivialización mediática de la violencia.

La investigación seguirá un enfoque cualitativo e interpretativo, basado en una revisión documental y análisis de contenido de productos mediáticos (Doyle, 2025). Se empleará un muestreo intencionado de obras audiovisuales y literarias relevantes (como *Mindhunter*, *Dahmer* o *American Psycho*), y se aplicará análisis semiótico-discursivo para identificar los símbolos, discursos y estrategias de consumo que convierten al asesino serial en mercancía cultural. La revisión bibliográfica incluirá literatura académica de psicología,

criminología, sociología y estudios de mercado, publicada en revistas indexadas internacionales y latinoamericanas. Los resultados permitirán articular una comprensión teórica de los imaginarios sociales asociados al crimen y su apropiación por la cultura del consumo, con el fin de aportar a la reflexión disciplinar y al pensamiento crítico en psicología.

### **Planteamiento del problema**

La figura del asesino serial ha sido tradicionalmente estudiada desde la psicología, la criminología y la psiquiatría mediante su perfil clínico, motivaciones individuales y conducta criminógena. No obstante, se observa una carencia de investigaciones que aborden cómo dicha figura se convierte en un objeto de consumo cultural y mercantil a través de los imaginarios sociales, los medios masivos y la mercadotecnia y menos aún desde una perspectiva interdisciplinaria que integre psicología, mercadotecnia, sociología y criminología. En este contexto, surge el interrogante de cómo dichos procesos influyen en la percepción social del crimen, la justicia y la prevención de la violencia.

Por lo anterior, el fenómeno del asesino serial no puede reducirse únicamente a las categorías jurídicas o criminológicas ya que, desde el Derecho por ejemplo se analiza como transgresor de la norma y desde la criminología se estudian sus patrones delictivos, lo que hace que esta figura haya trascendido dichos marcos, instalándose en la cultura como un símbolo cargado de significados sociales y mediáticos (Iáñez Picazo, 2021).

Comprender al asesino serial implica, por lo tanto, ir más allá del delito mismo para analizar el modo en que se construye y circula en el imaginario colectivo.

En este sentido, el asesino serial no solo se concibe como criminal, sino también como construcción mediática y mercancía cultural (Doyle, 2025). Los medios de comunicación y la industria del entretenimiento han explotado esta figura a través de narrativas sensacionalistas, documentales, series y productos comerciales que resaltan la forma en que se realiza el crimen y la personalidad del agresor, relegando a un segundo plano la voz de las víctimas y sus familias (Scherer, 2018). Esto incluso plantea un dilema ético y social, al transformar la violencia en espectáculo y el crimen en objeto de consumo, ya que se corre el riesgo de minimizar o no visibilizar el sufrimiento humano y de reforzar percepciones distorsionadas sobre el objeto del crimen y este tipo de perfiles criminales (Salado, 2016).

### **Pregunta problema**

¿De qué manera los imaginarios sociales y las estrategias de mercadotecnia cultural han contribuido a la transformación de la figura del asesino serial en una mercancía simbólica con diferentes implicaciones psicosociales?

### **Objetivo general**

Comprender las implicaciones e imaginarios sociales derivados de la mercantilización de la figura del asesino serial y sus implicaciones psicosociales.

## **Objetivos Específicos**

Explorar los imaginarios sociales y culturales que rodean la figura del asesino serial en los discursos mediáticos y culturales.

Identificar y describir las estrategias de mercadotecnia, estética mediática y consumo cultural que han convertido la imagen del asesino serial en producto simbólico, mediante análisis de contenido de series, películas y otros soportes mediáticos.

Comprender las implicaciones psicosociales de la mercantilización simbólica del asesino serial.

Proponer recomendaciones para la disciplina psicológica y las ciencias sociales en Colombia a partir de la comprensión de este fenómeno, fortaleciendo la reflexión crítica sobre cultura mediática, consumo simbólico y prevención de violencia.

## **Marco Teórico**

### **1. Antecedentes de la problemática**

El estudio del asesino serial ha sido abordado principalmente desde la psicología clínica y la criminología, centrado en la comprensión de sus motivaciones, estructuras de personalidad y patrones de comportamiento (Jiménez, 2014). Según Ramsland (2006), los asesinos seriales son individuos que cometen múltiples homicidios en diferentes momentos, generalmente impulsados por necesidades psicológicas internas más que por motivos racionales o instrumentales. Vergara Santos et al. (2024) señalan que estos sujetos suelen presentar rasgos

asociados con trastornos de personalidad antisocial o psicopática, caracterizados por la falta de empatía, manipulación interpersonal y una necesidad compulsiva de control.

Desde la criminología, la perfilación criminal ha sido una herramienta clave para comprender y predecir conductas violentas recurrentes (Serrano, 2014). En este campo, se estudian patrones de modus operandi, etapas del delito y procesos cognitivos que intervienen en la elección de víctimas. No obstante, Haggerty (2009) plantea que la figura del asesino serial contemporáneo no puede comprenderse únicamente desde un modelo clínico o forense, ya que se ha convertido también en un constructo mediático y cultural (Doyle, 2025) moldeado por las narrativas de los medios de comunicación.

## **2. Los imaginarios sociales**

El concepto de imaginario social, propuesto por Castoriadis (1987), refiere a las representaciones colectivas mediante las cuales las sociedades dotan de sentido al mundo y a sí mismas. En este sentido, la figura del asesino serial se inserta como una representación contemporánea del mal y la transgresión. Estas construcciones simbólicas permiten a las sociedades enfrentar sus miedos, pero también generar fascinación y consumo alrededor de lo prohibido (Baudrillard, 1998; Bond, 2016).

La teoría de Castoriadis ha permitido comprender como la figura del asesino serial se sostiene en una tensión permanente entre los imaginarios instituidos que son los significados ya sedimentados que definen al criminal como “monstruo”, “desviación” o “amenaza social” y los imaginarios instituyentes, que introducen nuevas significaciones a través de las narrativas mediáticas y las dinámicas de consumo. Castoriadis (1987) señala que toda

sociedad produce significados que no solo explican el mundo, sino que también lo crean, en este sentido, la espectacularización del asesino serial funciona como un imaginario instituyente que reconfigura el mal como objeto y mercancía cultural. Esta resignificación se inserta, además, en lo que Baudillard (1998) denomina la lógica del simulacro, siendo un régimen donde las representaciones hiperreales sustituyen la experiencia del crimen y lo convierten en producto rentable. Bajo esta lógica, la mercantilización del horror se integra rápidamente a la institución imaginaria del capitalismo contemporáneo, que, como advierte Holt (2024), transforma los símbolos culturales en marcas de consumo y convierte incluso la violencia en capital simbólico. Incorporar esta lectura habría permitido comprender que los medios no solo reflejen la figura del asesino serial, sino que actúan como agentes instituyentes que producen nuevos significados y consolidan la circulación mercantil de la violencia.

Desde la sociología cultural, Schmid (2005) argumenta que los asesinos seriales se han convertido en “celebridades mediáticas”, donde los límites entre el crimen y el espectáculo se difuminan. Esta estetización del mal, como advierte McCann (2022), responde a una lógica de consumo simbólico en la que la violencia se convierte en narrativa atractiva, simplificada y comercializable.

En el contexto latinoamericano, Castaño y López (2018) y Cortes Fuentes (2023) subrayan que los estudios psicológicos sobre el crimen se han centrado en la violencia social (Morales, 2024), pero han descuidado la dimensión simbólica y mediática del asesino serial. Esto genera un vacío en la

literatura regional respecto a cómo los medios de comunicación moldean los imaginarios del crimen y la justicia.

### **3. Mercantilización y estetización del asesino serial**

La mercantilización del crimen se inscribe dentro de las dinámicas de la sociedad de consumo (Quintero, 2025). Según Baudrillard (1998), los objetos y en este caso, los sujetos, se transforman en signos intercambiables en el mercado cultural. El asesino serial, representado en películas, series y productos de entretenimiento, se convierte en mercancía simbólica, donde el horror se estetiza y se vuelve deseable.

Greer y Reiner (2012) destacan que los medios masivos actúan como mediadores entre el crimen y el público, configurando percepciones selectivas de la realidad criminal. En productos mediáticos como *Mindhunter* (Fincher, 2017) o *Dahmer* (Murphy & Brennan, 2022), el asesino serial es reconstruido como un personaje complejo, inteligente o incluso carismático, lo cual contribuye a su romantización Ibrahim (2019), Jiménez (2014) y Ziomek (2018) analizan este fenómeno como una “estetización del asesino”, donde la narrativa audiovisual prioriza el estilo, la tensión y la empatía con el victimario por encima de la reflexión ética o el sufrimiento de las víctimas.

Holmes (2022) complementa que este tipo de representaciones pueden eclipsar la figura de la víctima, generando una inversión moral en la narrativa mediática: el victimario se convierte en protagonista y el dolor humano se convierte en espectáculo. Esta lógica responde también a las estrategias de mercadotecnia cultural, que explotan la fascinación colectiva por el crimen como fuente de rentabilidad (Bond, 2016; Surette, 2015).

#### **4. Implicaciones psicosociales y éticas**

El consumo mediático de violencia extrema puede influir en los procesos cognitivos y emocionales de la audiencia (Morales, 2024). Gulina et al. (2024) demostraron que los jóvenes adultos que consumen contenido sobre asesinos seriales experimentan simultáneamente atracción y repulsión, y que este tipo de material puede reforzar estereotipos o normalizar la violencia. En términos psicológicos, esta ambivalencia puede estar asociada con mecanismos de desensibilización emocional y búsqueda de sensaciones (Petherick et al., 2021).

Desde una perspectiva ética, la psicología jurídica y la comunicación social deben cuestionar los límites entre información, entretenimiento y explotación del sufrimiento humano. Al convertir el crimen en espectáculo, se corre el riesgo de trivializar la violencia y de construir narrativas que alimentan el morbo social. Tal como advierte Huidu (2018), el desafío contemporáneo consiste en comprender al asesino serial no solo como patología individual, sino como síntoma cultural de una sociedad que consume el mal como parte de su identidad simbólica.

#### **5. En los últimos años**

Se encuentran casos muy reconocidos que ejemplifican la importancia de desarrollar esta investigación, Ted Bundy, John Wayne Gacy, casos locales como el de Garabito y la muy actual serie de Netflix sobre Ed Gein. Desde un enfoque criminológico, viendo al asesino serial como víctima, la mayoría de asesinos seriales vienen de familias disfuncionales, entre lo que se encuentran familiares con padecimientos mentales, abuso de alcohol o drogas, padres con antecedentes criminales, así como maltrato infantil (Cumbal Mendoza, 2022; Guerrero, 2020;

Méndez et al., 2023). Por lo que los documentales, historias y series sobre estos asesinos seriales pueden incluso causar empatía en el televidente. Algunos de estos seguidores incluso han expresado que les gustaría que estos asesinos estuvieran vivos para poder ofrecerles apoyo emocional o comprensión (Fludzinski, 2024; Scherer, 2018).

Desde un enfoque psicológico, Láñez Picazo (2021) indica que figuras como Ted Bundy, Jeffrey Dahmer, Charles Manson, el asesino del Zodiaco e incluso Jack el Destripador alcanzaron notoriedad mundial no únicamente por la brutalidad de sus crímenes, sino por la manera en que fueron transformados en productos de consumo a través de documentales, series, libros y merchandising. Esta construcción mediática y social ha contribuido a consolidar el mito del asesino serial, configurándolo como un referente cultural que influye en la percepción social del crimen y la violencia.

La amplia difusión de estas historias en el cine, la televisión y la literatura ha generado una industria del entretenimiento que capitaliza la fascinación colectiva por el terror y el morbo. Tal como señala Scherer (2018) y Quintero (2025), esta mercantilización cumple un doble papel: por un lado, facilita el acceso a la historia y a la psicología de los criminales; pero, al mismo tiempo, trivializa el dolor de las víctimas al convertir a los asesinos en celebridades mediáticas. En la actualidad, la estetización del asesino serial ha llegado a niveles que desdibujan los límites entre el crimen y el arte.

Bacarlett Pérez (2021) advierte que la representación de personajes como Dahmer o Nilsen no se limita a narrar sus actos, sino que los eleva a objetos de contemplación estética. Este proceso transforma el horror en mercancía y la muerte en espectáculo, evidenciando una fractura cultural en la

que el consumo se impone sobre la memoria de las víctimas. De esta manera, lo que en principio son relatos criminales se convierten en narrativas que embellecen y seducen, mientras silencian el sufrimiento humano. El asesino serial deja entonces de ser solo objeto de análisis criminológico para convertirse en un ícono pop, un fetiche cultural que desplaza la ética y convierte la violencia en un producto de mercado.

## **Metodología**

La presente monografía se desarrolla bajo un enfoque cualitativo, de carácter documental y exploratorio, orientado a la revisión crítica y teórica de fuentes científicas que abordan el fenómeno del asesino serial desde una perspectiva interdisciplinaria (psicología, criminología, sociología y mercadotecnia) (Guerrero Bejarano, 2016). Según Hernández Sampieri et al. (2014), este tipo de investigación permite comprender fenómenos complejos a partir del análisis interpretativo de textos, teorías y discursos, más que mediante la recolección de datos empíricos.

El carácter exploratorio se justifica por la escasa literatura académica que analice la mercantilización del asesino serial como construcción simbólica y producto mediático (Doyle, 2025; Quintero, 2025), especialmente en el contexto latinoamericano y colombiano (Millán Cano & Soto Rubio, 2023). En este sentido, el estudio busca identificar los vacíos conceptuales y empíricos en torno al tema y aportar una reflexión interdisciplinaria desde la psicología social y la comunicación.

## **Criterios de inclusión**

Se fundamentan en la revisión narrativa y crítica de fuentes científicas indexadas en bases de datos académicas como Scopus, Web of Science, SciELO y RedALyC, que permitirán integrar diferentes perspectivas teóricas mediante la comparación, interpretación y síntesis de los hallazgos previos (Grant & Booth, 2009).

Se realizará una búsqueda exhaustiva de literatura científica en inglés y español, publicada entre los años 2000 y 2025, utilizando combinaciones de palabras clave como serial killer, media representation, social imaginaries, marketing, psychology, criminology y cultural consumption.

Se recopilará información proveniente de trabajos de grado de algunos repositorios universitarios de instituciones colombianas y otras páginas oficiales que hacen parte de organizaciones académicas o instituciones que centran su trabajo en investigación. Para complementar la búsqueda se utilizó el sitio web Google Académico en idioma español. Para artículos científicos se hizo uso de Bases de Datos institucionales como EBSCOhost (Psicodoc), ProQuest Psychology, ProQuest Public Health, Scopus, ScienceDirect, Taylor & Francis, Sage Journals, Dialnet, Scielo, la National Library of Medicine (NCBI) en donde se encuentra Pub Med y Springer, Redalyc, JSTOR y AnthroSource (American Anthropological Association).

La búsqueda de información se llevó a cabo utilizando combinaciones de palabras clave como “asesino serial” “serial killer”, “imaginarios sociales”, “social imaginaries”, “mercadotécnica” “marketing”, “psicología” “psychology”, “criminología” “criminology” y “consumo cultural” “cultural consumption”.

A su vez, estas fueron complementadas con operadores booleanos como &, Y y + en español y "AND", "OR" y "NOT" en inglés para obtener resultados más certeros. Las variaciones se realizaron con el fin de aumentar la posibilidad de encontrar artículos o trabajos, que, aunque no mencionaran de manera explícita algún término de las ecuaciones principales, sí contuvieran información relevante para esta monografía de investigación.

### **Criterios de exclusión**

Estos criterios tienen como finalidad depurar la información disponible, evitando la inclusión de datos que puedan generar ambigüedad o interpretaciones erróneas. Se excluyó la literatura gris proveniente de fuentes sin validación académica, institucional o gubernamental, como blogs, redes sociales, sitios web no especializados, así como resúmenes, títulos o textos que no abordaran de forma explícita las temáticas relacionadas.

### **Recolección y análisis de información**

La información será clasificada en categorías temáticas como representación mediática, mercantilización simbólica, imaginarios sociales del crimen y ética del consumo de violencia, siguiendo la técnica de análisis temático propuesta por Braun y Clarke (2006). Los hallazgos serán integrados en una narrativa teórica que permita comprender las interrelaciones entre la psicología, la cultura del consumo (Iáñez Picazo, 2021) y la construcción social (Jenkins, 1994) del crimen.

## **Consideraciones éticas**

Aunque la presente monografía no involucra sujetos humanos ni recolección de datos personales, se seguirán los principios éticos de la investigación psicológica establecidos por la American Psychological Association (APA, 2017) y la Ley 1090 de 2006 del Colegio Colombiano de Psicólogos. Se garantizará la integridad académica, la adecuada citación de fuentes, y el respeto por la dignidad de las víctimas y por los límites éticos de la representación del crimen. Asimismo, se reconoce la necesidad de evitar la glorificación o estetización del asesino serial, procurando que el análisis mantenga una perspectiva crítica y responsable sobre la violencia mediática y su impacto social.

En este sentido, se advierte que la representación del crimen en los medios puede derivar en la instrumentalización del sufrimiento como recurso narrativo, lo que implica riesgos de re-victimización y banalización (Santos y Jiménez, 2019). También se resalta la importancia de prevenir la romantización de la violencia, pues esta contribuye a la normalización de conductas agresivas y a la invisibilización del dolor de las víctimas (Mendoza, 2022). Finalmente, se reconoce la responsabilidad narrativa de los medios y las audiencias, dado que los relatos sobre el crimen influyen en la percepción social de la inseguridad y pueden legitimar discursos violentos, por ello el análisis adaptará un enfoque ético que privilegie la comprensión crítica y el respeto por las víctimas (Navarrete, 2002).

## Resultados

### 1. Imaginarios sociales del asesino serial en los discursos mediáticos y culturales

Los resultados del análisis documental permiten comprender que la figura del asesino serial, tradicionalmente estudiada desde la criminología y la psicología forense, ha sido reconfigurada en los medios de comunicación como un símbolo cultural híbrido. Este símbolo encarna tanto el horror como la fascinación, proyectando imaginarios sociales que articulan poder, morbo y consumo (Schmid, 2005; Iáñez Picazo, 2021).

En el ámbito internacional, figuras como Ted Bundy, Jeffrey Dahmer o John Wayne Gacy se han convertido en arquetipos del mal mediático. Cumbal Mendoza (2022) y Méndez et al. (2023) destacan que Bundy no solo fue objeto de análisis criminológico por su sadismo, sino también de una amplia producción cultural que lo convirtió en ícono cinematográfico. Su historia ha sido narrada en documentales, películas y hasta merchandising, evidenciando cómo el crimen extremo se transforma en mercancía narrativa.

Los productos mediáticos que han contribuido de manera decisiva a la construcción cultural del asesino serial. En el documento se mencionan varias producciones contemporáneas, Dexter, una de las series más influyentes en la configuración del imaginario del “asesino serial justiciero” en Estados Unidos y en la cultura global. Basada en la novela *Darkly Dreaming Dexter* de Jeff Lindsay (2004), la serie popularizó un modelo narrativo donde el asesino serial es representado como figura moral ambigua, reforzando lo que Schmid (2005) denomina la “celebrificación del criminal” y profundizando la estetización del

homicidio como espectáculo (Connelly, 2011; Lindsay, 2004). Incluir Dexter en el análisis permite contrastarla con producciones centradas en la fidelidad histórica o en la criminología realista, como *Mindhunter* (Fincher, 2017) y *Dahmer – Monster: The Jeffrey Dahmer Story* (Murphy, 2022), así como con películas que exploran la simulación del crimen dentro de lógicas de consumo, la figura de Ed Gein resulta clave porque se convirtió en uno de los primeros “asesinos famosos” de Estados Unidos, cuya notoriedad mediática lo transformó en referente cultural del horror. Estudios recientes señalan que su caso inauguró un modelo de asesino que otros criminales posteriores tomaron como punto simbólico de identificación especialmente aquellos con fijaciones fetichistas o conductas de manipulación de restos humanos, lo que llevó a que Gein fuera descrito como una influencia indirecta en asesinos como Robert Berdella y Gary Heidnik (Castleden, 2011; Vronsky, 2004). Su impacto no solo marcó a la cultura popular, sino que también alimentó la imaginación de individuos que buscaban emular la notoriedad que él alcanzó, consolidándolo como uno de los arquetipos centrales del asesino serial contemporáneo. Esta ampliación matriz de referencias no solo robustece el marco mediático, sino que permite observar cómo distintas narrativas construyen imaginarios divergentes del asesino serial ya sea como monstruo, celebridad, antihéroe o producto estético, ampliando así la comprensión del fenómeno en relación con los imaginarios sociales y la mercantilización cultural del crimen.

La estetización del asesino serial, esto es, su representación mediante elementos visuales, narrativos y simbólicos que embellecen el horror, ha sido documentada por Ziomek (2018), quien argumenta que los medios configuran una “empatía estética” hacia el agresor. Estas representaciones diluyen las

fronteras entre la condena y la fascinación, generando una apropiación cultural del mal que se nutre de la estética del miedo (Bacarlett, 2021; Bond, 2016).

En este sentido, Barthes (2009) ayuda a entender al asesino serial como mito contemporáneo: un signo cultural que condensa ansiedades colectivas y narrativas de poder. A través de las producciones audiovisuales, este mito se reitera y refuerza, moldeando la percepción social del crimen como espectáculo.

En América Latina, los imaginarios del asesino serial han adquirido particularidades culturales. Según The Latin American Post Staff (2024), aunque los casos son menos visibilizados mediáticamente que en EE. UU., las plataformas digitales y la cultura transnacional han difundido narrativas similares. En México “el Monstruo de Ecatepec” (Arcadia Guerrero, 2020) y en Brasil, “Pedrinho Matador” se convirtió en figura mediática e influencer tras su salida de prisión (Cecchini, 2023), mientras que, en Colombia, Pedro Alonso López “el monstruo de los Andes” y Luis Alfredo Garavito “la bestia” (Largo, 2009; Millán Cano & Soto Rubio, 2023), se consolidaron como símbolos del horror social y mediático (Ávila-Navarrete et al., 2024; Salado, 2016).

Estos imaginarios revelan una tensión entre la necesidad social de comprender la violencia y la tendencia cultural a espectacularizarla, lo que Bourdieu (1991) denomina violencia simbólica: la imposición de significados que legitiman la dominación y normalizan el sufrimiento.

## **2. Mercantilización mediática y consumo simbólico del crimen**

El análisis de las fuentes revisadas evidencia que el asesino serial se ha convertido en producto simbólico dentro de la economía cultural. Según Smith y

Virág Tevely (2023), la comercialización del crimen se manifiesta en fenómenos como el dark tourism (turismo oscuro), en el que los lugares asociados a asesinos seriales se transforman en atracciones turísticas. Este consumo simbólico, mediado por la mercadotecnia cultural (Holt, 2004; Quintero, 2025), convierte la violencia (Morales, 2024) en experiencia estética y rentable.

Desde la comunicación social, Pérez-Martínez y Rodríguez-Fernández (2023) sostienen que los medios narran al asesino serial como personaje mítico, donde el terror se estetiza y se convierte en entretenimiento. De manera similar, Glitsos y Deuze (2024) documentan que, en plataformas digitales como TikTok o YouTube, la figura del asesino serial es reconfigurada en comunidades de fans, generando lo que denominan “cultura participativa del horror”.

Este proceso reafirma el papel del mercado mediático como agente productor de sentido, en el que la tragedia se transforma en mercancía cultural (Morales, 2024). A través de esta lógica, la psicología criminal se convierte en relato de consumo, y el asesino serial, en icono pop.

El enfoque crítico de Molina Jacome (2014) sobre la cultura del miedo permite entender cómo los medios alimentan una percepción colectiva de inseguridad. Las narrativas sobre asesinos seriales generan temor, pero también deseo de saber, produciendo una paradoja psicosocial: el miedo se convierte en motor de consumo. En este contexto, la violencia se vuelve mediáticamente rentable porque mantiene la atención social, sobre todo en adultos jóvenes (Morales, 2024) y estimula la reproducción constante de contenido.

### **3. Implicaciones psicosociales de la mercantilización simbólica del asesino serial**

Desde una perspectiva psicológica, la constante exposición mediática a figuras criminales puede provocar procesos de desensibilización y normalización de la violencia (Custers & Van den Bulck, 2012; Morales, 2024). El consumo reiterado de estos relatos genera una ambivalencia emocional entre el rechazo y la admiración, lo cual influye en la percepción del crimen y la empatía hacia las víctimas (Boling & Slakoff, 2025; Fludzinski, 2024).

Al analizar casos como Dahmer o Bundy, Bacarlett Pérez (2021), Cumbal Mendoza (2022) y Méndez et al. (2023) advierten que la estetización del horror produce una disociación ética: los espectadores reconocen la brutalidad, pero al mismo tiempo consumen su relato como entretenimiento. Esta tensión tiene implicaciones profundas para la psicología social, ya que revela cómo los discursos mediáticos moldean la sensibilidad moral colectiva.

En el contexto colombiano, Ávila-Navarrete et al. (2024) y The Latin American Post Staff (2024) señalan que la narrativización mediática de figuras como Garavito o Valencia “el monstruo de Monserrate” reproduce el trauma social mientras lo trivializa, generando una memoria fragmentada. Este tipo de representaciones, más allá de informar, ponen en actuación el crimen dentro de una cultura del espectáculo. Desde la psicología forense, estos procesos plantean desafíos éticos y educativos, al exigir estrategias comunicativas que promuevan análisis crítico en lugar de consumo morboso (Vergara Santos et al., 2024).

Las implicaciones psicosociales de este fenómeno sugieren la necesidad de fortalecer en la disciplina psicológica y en las ciencias sociales una reflexión crítica sobre el consumo simbólico de la violencia. Tal reflexión permitiría desarrollar estrategias de prevención, alfabetización mediática y formación ética que contrarresten la romantización del criminal y promuevan el reconocimiento de las víctimas.

La teoría de la representación, desarrollada por Stuart Hall y retomada en estudios recientes, plantea que los significados sociales no son fijos, sino que se construyen y circulan a través de imágenes, símbolos y discursos que moldean la manera en que entendemos los fenómenos sociales. Según Fatyass (2016), esta construcción simbólica está atravesada por relaciones de poder, ideología y hegemonía, lo que permite analizar cómo los medios configuran al “otro” como figura amenazante o marginal. Aplicada al caso de los asesinos seriales (Bond, 2016), esta teoría permite desentrañar las estrategias discursivas y visuales que influyen en el imaginario colectivo, construyendo la figura mediática del asesino como enemigo social, objeto de fascinación o símbolo del horror.

Mientras que los estudios culturales, entendidos como un campo interdisciplinario, examinan la producción, consumo y negociación de la cultura en sus múltiples formas, prestan especial atención a las relaciones de poder, identidad y hegemonía (Iáñez Picazo, 2021). En relación con el asesino serial, este enfoque aporta herramientas para entender cómo los productos mediáticos configuran la percepción social del crimen y el miedo, y cómo estas narrativas se insertan en dinámicas más amplias de poder cultural.

Y el sensacionalismo mediático, definido como la práctica de presentar información con énfasis en lo dramático o lo emotivo para captar la atención del público, suele hacerlo en detrimento de la precisión y la ética periodística (Iáñez Picazo, 2021). En el caso de los asesinos seriales, esta estrategia resalta los aspectos más morbosos y espectaculares del crimen, contribuyendo a glorificar al criminal y a invisibilizar a las víctimas.

#### **4. En Latinoamérica**

Los resultados revelan que, en América Latina, la figura del asesino serial ha sido apropiada por los medios y el público con una mezcla de horror, curiosidad y fascinación. En países como Ecuador, Argentina o Perú, los casos de Camargo Barbosa, Robledo Puch y Nakada Ludeña, respectivamente, han sido convertidos en narrativas mediáticas que combinan denuncia social y espectáculo (Fernández, 2021; Loaiza, 2021; Tasayco, 2020).

Sin embargo, la especificidad del contexto latinoamericano radica en que estos relatos se inscriben en entornos marcados por la desigualdad y la violencia estructural. Así, el asesino serial se convierte en metáfora social de la crisis ética y moral de las sociedades contemporáneas (González, 2024).

Casos como el de Pedro Rodrigues Filho, conocido como “Pedrinho Matador” en Brasil, ilustran esta transformación mediática; tras cumplir más de 40 años de condena por más de 70 asesinatos, se convirtió en youtuber y autor de libros, acumulando miles de seguidores (Galarraga, 2023). En Ecuador, Daniel Camargo Barbosa, apodado “El sádico del Charquito”, aterrorizó al país con más de 70 asesinatos de niñas y adolescentes (Loaiza, 2021).

En Argentina, Carlos Robledo Puch, “El Ángel de la Muerte”, permanece como figura icónica del crimen nacional, con múltiples análisis psicológicos y representaciones en prensa y cine (Fernández, 2021). También en Perú, Pedro Nakada Ludeña, “El Apóstol de la Muerte”, confesó haber asesinado a más de 25 personas bajo delirios religiosos (Tasayco, 2020).

Por otro lado, en Uruguay, los enfermeros Marcelo Pereira y Juan Acevedo, conocidos como los “Ángeles de la Muerte”, fueron conocidos por el asesinato de al menos 16 pacientes en hospitales públicos, generando un debate sobre ética médica y representación mediática (González Camejo, 2024). Finalmente, en Bolivia, Jaime Cárdenas Pardo, “El Asesino de Sucre”, dejó una huella profunda en la memoria colectiva tras ser acusado de más de 40 homicidios (Castelar, 2020).

Estos casos demuestran que, aunque la figura del asesino serial en América Latina ha sido menos visible en medios tradicionales, su construcción simbólica se ha intensificado en el entorno digital, donde el crimen se convierte en espectáculo y la violencia se transforma en narrativa cultural.

## **5. En Colombia**

En el caso de Colombia, los estudios y representaciones históricamente se han centrado en el análisis forense y criminológico. Sin embargo, en los últimos años ha surgido un interés creciente por la dimensión cultural y mediática del fenómeno. Salado (2016) señala que, más allá de los perfiles criminales, algunos casos han sido transformados en narrativas de la cultura popular. El ejemplo más representativo es Pedro Alonso López, conocido como “el monstruo de los Andes”,

cuyos crímenes han sido narrados en documentales, reportajes y libros, llegando incluso a ser objeto de merchandising.

Esta representación mediática ha contribuido a consolidar la figura de López como un personaje legendario dentro del imaginario nacional e internacional. Según Ávila-Navarrete et al. (2024) este tipo de construcción plantea dilemas éticos, pues al exaltar al asesino se corre el riesgo de invisibilizar el sufrimiento de las víctimas y de trivializar la violencia.

Otros casos emblemáticos en Colombia refuerzan esta tensión entre análisis criminal y construcción simbólica. Luis Alfredo Garavito, apodado la “Bestia”, fue condenado por el asesinato de al menos 172 niños en los años 90, su historia ha sido abordada en diferentes trabajos académicos que abordan el contexto sociocultural de sus víctimas, Garavito ha sido representado en medios como símbolo del horror, pero también como figura que interpele el sistema judicial y la salud mental en Colombia (Ávila-Navarrete et al., 2024; Largo, 2009; The Latin American Post Staff, 2024; Millán Cano & Soto Rubio, 2023).

De forma más reciente, Fredy Armando Valencia, conocido como “el monstruo de Monserrate”, fue capturado en 2015 tras confesar el asesinato de al menos 30 mujeres en Bogotá. Las víctimas eran mujeres en situación de vulnerabilidad, muchas provenían del Bronx, sus cuerpos fueron hallados en cambuches improvisados en el cerro de Monserrate. Este caso ha sido narrado en crónicas, reportajes y análisis de perfilación criminal, donde se destaca el narcisismo del agresor y la negligencia institucional frente a poblaciones marginadas (Díaz, 2021).

Estos ejemplos revelan cómo la figura del asesino serial en Colombia no solo se construye desde el expediente judicial, sino también desde una narrativa cultural que oscila entre el entorno, fascinación y la denuncia. En este sentido, analizar cómo en Colombia se construye simbólicamente la figura del asesino serial resulta esencial para comprender los efectos sociales y culturales que dicha narrativa genera, así como los dilemas éticos que emergen al convertir el crimen en espectáculo ya que, los medios han contribuido a consolidar un imaginario dual: el asesino como monstruo social y como objeto de fascinación cultural. Este hallazgo refuerza la necesidad de analizar el fenómeno desde una perspectiva interdisciplinaria que articule criminología crítica (Box, 1974), psicología forense, sociología de la violencia y mercadotecnia cultural, por ejemplo. Solo una mirada integral puede explicar cómo el crimen se convierte simultáneamente en trauma y en espectáculo colectivo.

## **Discusión**

Los resultados de esta monografía permiten comprender que la figura del asesino serial, lejos de limitarse a un fenómeno criminológico o clínico, se ha convertido en un dispositivo cultural y mediático que articula imaginarios sociales de poder, violencia y consumo (Jiménez, 2014; Morales, 2024). Este hallazgo coincide con los planteamientos de Schmid (2005), quien describe al asesino serial como un “celebrity criminal”, figura donde convergen fascinación, miedo y deseo (Bond, 2016). En este sentido, la mercantilización

del asesino serial no solo refleja una tendencia de los medios, sino también un síntoma cultural de las sociedades contemporáneas.

Desde la perspectiva interdisciplinaria, la psicología, la criminología, la sociología y la mercadotecnia convergen al abordar este fenómeno. En el ámbito psicológico, las narrativas mediáticas generan procesos de identificación proyectiva con el agresor, reforzando mecanismos inconscientes de fascinación por el poder y la transgresión (Bond, 2016; Vergara Santos et al., 2024). Estas representaciones activan lo que Freud denominó el “retorno de lo reprimido” (Das Unheimliche), que Ziomek (2018) retoma al describir el “extrañamiento estético” que producen las series y películas sobre asesinos seriales. Dicho de otro modo, el público experimenta placer al confrontar el horror, en una paradoja emocional mediada por la cultura visual (Bacarlett, 2021).

Un estudio en Portugal (Silva & Guedes, 2022) muestra como los medios dan forma a ese miedo, terror y experiencias sobre el crimen, lo que hace que un delito no pueda comprenderse únicamente como un acto individual, sino como una producción social de sentido y desde un colectivo mediático. Bajo esta mirada crítica, la espectacularización del asesino serial (Boling & Slakoff, 2025; Jiménez, 2014) se inscribe en un contexto donde los medios moldean las percepciones del crimen y la justicia. Los resultados de Pérez-Martínez y Rodríguez-Fernández (2023) y de Glitsos y Deuze (2024) confirman que los medios digitales reproducen el mito del asesino serial como figura de consumo, desplazando la centralidad de las víctimas y reconfigurando la violencia como entretenimiento.

La psicología jurídica encuentra aquí un desafío ético importante: la exposición constante a representaciones estetizadas del mal puede desensibilizar a la población ante la violencia real, debilitando los procesos empáticos hacia las víctimas (Custers & Van den Bulck, 2012). Este fenómeno ha sido denominado por Bandura (2002) como mecanismo de desenganche moral, donde los espectadores suspenden su juicio ético para disfrutar del espectáculo criminal. En la era del true crime, esta desensibilización se traduce en una forma de consumo emocional del sufrimiento ajeno.

Por su parte, desde la mercadotecnia cultural, Holt (2004) explica que los productos mediáticos funcionan como marcas icónicas que representan valores colectivos. El asesino serial, al ser convertido en mercancía narrativa, ya sea en series como *Mindhunter* o en turismo oscuro (Smith & Virág Tevely, 2023), adquiere un valor simbólico que combina morbo, curiosidad y transgresión. Esta lógica comercial evidencia cómo el capitalismo cultural convierte el crimen en un bien comunicacional susceptible de consumo y circulación (Boling & Slakoff, 2025; Morales, 2024).

En el plano sociológico, Bourdieu (1991) ofrece herramientas para entender este proceso como una forma de violencia simbólica, donde los medios imponen significados que legitiman ciertas interpretaciones del mal. De esta forma, la sociedad no solo teme al asesino serial, sino que también lo mitifica como encarnación del poder absoluto sobre la vida y la muerte (González, 2024; Silva & Guedes, 2022). En América Latina, esta mitificación adquiere rasgos particulares: la violencia estructural y las desigualdades sociales generan un terreno fértil para que el crimen sea interpretado como

metáfora de la corrupción moral y la descomposición institucional (The Latin American Post Staff, 2024).

En el caso colombiano, la espectacularización de figuras como Garavito (Largo, 2009) o Camargo Barbosa (Loaiza, 2021) se evidencia una dualidad mediática: por un lado, los medios buscan denunciar la atrocidad; por otro, terminan reproduciendo narrativas que perpetúan la fascinación. Esto refleja una tensión entre el deber informativo y la lógica de mercado. Como advierte Molina Jacome (2014), los medios de comunicación en América Latina tienden a reproducir una cultura del miedo, que mantiene la atención pública a través de la amplificación del horror. Este miedo, a su vez, se traduce en una demanda sostenida de contenido violento (Morales, 2024), generando un círculo vicioso entre consumo, morbo y mercado.

En términos teóricos, este estudio permite proponer tres implicaciones clave, la primera a nivel psicológico, la estetización del crimen afecta la empatía social y promueve un consumo emocional de la violencia. En lo cultural, la mercantilización del asesino serial refuerza la cultura del espectáculo y debilita la memoria de las víctimas (Boling & Slakoff, 2025; láñez Picazo, 2021; Jiménez, 2014; Quintero, 2025). En lo académico, se evidencia un vacío en la literatura psicológica y criminológica latinoamericana que articule el estudio del asesino serial con la mercadotecnia cultural y la comunicación.

Por lo tanto, se recomienda para la disciplina psicológica, incorporar más análisis en los estudios de psicología social y jurídica, reconociendo el papel de los medios en la formación de imaginarios sobre el crimen y la violencia. Promover la educación emocional y mediática, de modo que los

futuros psicólogos comprendan los efectos psicosociales de la exposición constante a contenidos violentos o estetizados. Fomentar investigaciones interdisciplinarias que vinculen psicología, comunicación, sociología y mercadotecnia, para analizar críticamente la relación entre cultura visual y construcción del mal.

En relación con el contexto colombiano, ampliar la producción científica sobre la representación mediática de la violencia y su impacto psicosocial, fortaleciendo el diálogo entre las ciencias sociales y las humanidades. Actualizar los planes de estudios universitarios en psicología incorporando temáticas sobre medios, cultura digital y ética. Desarrollar observatorios de violencia simbólica, que analicen el tratamiento periodístico y audiovisual de los crímenes de alto impacto, con enfoque en derechos humanos y memoria de las víctimas.

Para la sociedad y los medios, es importante promover prácticas periodísticas éticas, que prioricen la dignidad de las víctimas y eviten la glorificación de los victimarios. Impulsar campañas públicas de sensibilización sobre el consumo crítico de contenidos violentos, especialmente entre jóvenes. Fomentar producciones culturales responsables, que narren el crimen desde una mirada reflexiva y no desde el espectáculo.

En síntesis, comprender al asesino serial como mercancía simbólica permite revelar cómo las sociedades contemporáneas procesan el mal, el miedo y la muerte en clave de consumo. Este trabajo no busca censurar el interés cultural por el crimen, sino promover una lectura crítica y humanizante, que contribuya al desarrollo ético, científico y social de la psicología en Colombia y en América Latina.

Ahora bien, también constituye un aporte al programa de psicología presencial de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - Uniminuto, ya que amplía dentro de las líneas de investigación del programa, el interés por fenómenos culturales contemporáneos como la mercantilización del crimen y la estetización del asesino serial. Este aporte se articula con el perfil del egresado del programa, que busca formar profesionales capaces de comprender el comportamiento humano en diversos escenarios y de intervenir con fundamentación epistemológica y metodológica coherente (Uniminuto, 2021). Al integrar una perspectiva desde la psicología jurídica, la criminología y la mercadotecnia cultural, se fortalece la formación investigativa y crítica del estudiante del programa.

Este tipo de opciones de grado permite también que el ejercicio investigativo fomente competencias analíticas, éticas y críticas frente a fenómenos sociales emergentes. La opción de grado mediante investigación fortalece la capacidad de los estudiantes para integrar teorías interdisciplinarias y responder a problemáticas sociales desde la disciplina, promoviendo una práctica profesional más sensible y crítica frente al consumo simbólico de la violencia. Tal como señalan Greer y Reiner (2012), los medios de comunicación moldean la percepción social del crimen y la justicia, lo que exige que los psicólogos en formación desarrollen herramientas para analizar críticamente estas narrativas y sus efectos psicosociales.

Finalmente, la experiencia de llevar a cabo este trabajo investigativo representó un proceso formativo integral que implicó una revisión profunda de la literatura académica y la construcción de un marco teórico interdisciplinario. Este recorrido permitió reconocer vacíos en la investigación nacional y valorar

la importancia de generar propuestas innovadoras que dialoguen con la realidad cultural y social del país. Tal como señalan Braun y Clarke (2006), el análisis temático en investigaciones cualitativas favorece la organización y comprensión de fenómenos complejos, fortaleciendo competencias investigativas y reflexivas en los estudiantes. En este caso, la experiencia consolidó un aprendizaje que trasciende lo académico hacia la práctica profesional, aportando tanto al crecimiento personal como a la formación crítica en psicología.

## **Conclusiones**

La revisión teórica realizada permite comprender que la figura del asesino serial ha experimentado un proceso de transformación profunda dentro de los imaginarios sociales contemporáneos, pasando de ser un sujeto criminal analizado por la criminología y la psicología jurídica, a convertirse en un objeto de consumo cultural y una mercancía simbólica altamente rentable para la industria del entretenimiento, lo que responde a un contexto cultural actual en donde se buscan otras formas de consumo masivo sin importar las temáticas pero si las dinámicas de mercado, cambiando las narrativas culturales, prácticas de entretenimiento y formas de participación digital que moldean constantemente la percepción del crimen y sus actores.

Los hallazgos desde la literatura científica muestran que los medios de comunicación, las plataformas de streaming, la cultura visual y las redes sociales configuran al asesino serial como un personaje estético, seductor,

intrigante y en ocasiones incluso admirable, generando efectos de fascinación y consumo que pueden desplazar la atención sobre las víctimas y el daño social real. Tal como señalan autores como Glitsos y Deuze (2024), Pérez-Martínez y Rodríguez- Fernández (2023) y Ziomek (2018), esta estetización y mitificación promueve nuevas formas de empatía hacia el agresor y fomenta un mercado en donde la violencia se convierte en espectáculo.

El análisis interdisciplinario permitió reconocer que la mercantilización del asesino serial no solo involucra a la comunicación, sino también a la sociología del consumo, las dinámicas de la moda actual, la investigación psicológica del miedo y los estudios culturales (Quintero, 2025).

Investigaciones como las de Smith y Virág Tevely (2023) demuestran que el crimen puede convertirse en recurso turístico, mientras estudios como los de Custers y Den Bulck (2012) evidencian cómo la exposición mediática influye en el miedo altruista y en la percepción pública de la violencia.

Desde una perspectiva psicológica y sociocultural, esta monografía evidencia un vacío importante en la literatura latinoamericana y particularmente colombiana: aunque existen esfuerzos como los de Cárdenas (2022) en el campo de la psicología criminal, aún son escasos los estudios que analizan la figura del asesino serial como mercancía simbólica y su impacto en los imaginarios sociales del país. Por ello, este trabajo constituye una contribución para comprender cómo las narrativas mediáticas influyen en la manera en que la sociedad se relaciona con el crimen, la justicia y el miedo.

Finalmente, se concluye que la mercantilización del asesino serial tiene implicaciones éticas y sociales profundas. El espectáculo sobre el crimen puede trivializar la violencia, distorsionar la comprensión del fenómeno criminal

y generar percepciones sociales que no corresponden a la realidad criminológica. Desde la academia se tiene la responsabilidad de problematizar estas narrativas, promover análisis críticos y aportar herramientas para una comprensión más ética, contextualizada y responsable de la figura del asesino serial en la cultura contemporánea.

Este tipo de investigación aporta a la formación ética y científica del psicólogo, ayudando a comprender cómo los imaginarios culturales moldean las emociones, los juicios y las conductas colectivas ante el crimen. La reflexión sobre mercantilización del asesino serial abre un espacio crítico para cuestionar la manera en que la sociedad consume la violencia y como esto impacta en la construcción de valores y percepciones sociales.

Por medio de esta monografía se mostró la utilidad de integrar enfoques interdisciplinarios que vinculan la psicología con la criminología, la sociología y la mercadotecnia, lo cual permite ampliar la mirada sobre el fenómeno y enriquecer el análisis desde diferentes puntos de vista. Los avances se reflejan en la identificación de vacíos en la literatura nacional y en la propuesta de un marco teórico que articule la dimensión simbólica y mediática del crimen con la formación psicológica. Respecto a las limitaciones, se reconoce que el estudio se centró en una revisión documental y no incluyó trabajo de campo ni análisis empírico de audiencias, lo que restringe la posibilidad de constatar directamente las percepciones sociales con los hallazgos teóricos. Sin embargo, esta limitación abre la puerta a futuros trabajos de grado que profundicen en la recepción cultural y psicológica de estos contenidos.

A futuro, se plantea la necesidad de que la psicología en Colombia incorpore de manera más sistemática el análisis de fenómenos culturales

mediáticos, reconociendo que la violencia y el crimen no solo son hechos jurídicos o clínicos, sino también hechos de consumo, sociales que influyen en la construcción de diferentes subjetividades.

Finalmente, este trabajo reafirma la importancia del papel inter e intra disciplinar de la psicología como profesión desde el ámbito académico, al demostrar que la investigación no solo fortalece la formación crítica de los estudiantes, sino que también contribuye a la generación de conocimiento pertinente para comprender los desafíos y necesidades sociales contemporáneos.

## Referencias

- Arcadia Guerrero, E. (2020). *La construcción social de un asesino en serie: El caso de El monstruo de Ecatepec*. [Tesis de maestría], Tecnológico de Monterrey. <https://hdl.handle.net/11285/636479>
- Ávila-Navarrete, V. C., Buitrago Bonilla, L. T., & Alarcón Ávila, D. S. (2024). Asesinos seriales: Un comparativo plurifactorial entre tres criminales colombianos. *Ciencia y Academia*, (5), 36-53. <https://doi.org/10.21501/2744838x.4594>
- Bacarlett Pérez, M. L. (2021). Asesinos seriales, arte y ontología. Reflexiones a partir de dos casos: Jeffrey Dahmer y Dennis Nilsen *El Ornitorrinco Tachado*. *Revista de Artes Visuales* 14, 1-21. <https://www.redalyc.org/journal/5315/531568653008/>

- Bagué Martínez, V. (2024). *La Construcción de la Imagen de los Asesinos en Serie por los Medios de Comunicación: De sensaciones a la estigmatización*. [Tesis de grado]. Universidad Autónoma de Barcelona  
[https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2024/302980/TFG\\_BagueMartinez\\_Victor.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2024/302980/TFG_BagueMartinez_Victor.pdf)
- Bandura, A. (2002). Selective moral disengagement in the exercise of moral agency. *Journal of Moral Education*, 31(2), 101–119.  
<https://doi.org/10.1080/0305724022014322>
- Barthes, R. (2009). *Mitologías* (Trad. L. López). Siglo XXI editores.  
[https://ddooss.org/libros/mitologias\\_Roland\\_Barthes.pdf](https://ddooss.org/libros/mitologias_Roland_Barthes.pdf)
- 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: An International Journal*, 0(0).  
<https://doi.org/10.1177/17416590251371618>
- Bond, M. (10 Abril, 2016). *A qué se debe la fascinación con los asesinos en serie*. BBC News Mundo.  
[https://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/04/160402\\_finde\\_salud\\_sociedad\\_cultura\\_por\\_que\\_fascinan\\_asesinos\\_en\\_serie](https://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/04/160402_finde_salud_sociedad_cultura_por_que_fascinan_asesinos_en_serie)
- Bourdieu, P. (1991). *Language and symbolic power* (J. B. Thompson, Ed.; G. Raymond & M. Adamson, Trans.). Harvard University Press.  
[https://archive.org/details/languagesymbolic0000bour\\_1991](https://archive.org/details/languagesymbolic0000bour_1991)
- Box, S. (1974). Review of *The New Criminology: For a Social Theory of Deviance*, by I. Taylor, P. Walton, & J. Young. *Sociology*, 8(2), 317–322.  
<http://www.jstor.org/stable/42853157>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.

<https://drive.google.com/file/d/1Ht6TrxnMlpeIBRS9zVe07PhOTXLWfkB7/view?usp=sharing>

Cárdenas, L. (2022). *Análisis categorial sobre una muestra de asesinos seriales en Colombia y otros países de Suramérica* [Tesis de grado]. Corporación Universitaria Minuto de Dios.

<https://repository.uniminuto.edu/items/ee448861-9977-4b41-9b2c-145f25fab591>

Castleden, C. (2011). *Ed Gein: El psicocaníbal*. Hachette Reino Unido.

[https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=O0ueBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP5&dq=ed+gein&ots=Cie-2a7Hy2&sig=4od0w\\_rmi8ZAvHWkoRM1NiGaEfM&redir\\_esc=y#v=onepage&q=ed%20gein&f=false](https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=O0ueBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP5&dq=ed+gein&ots=Cie-2a7Hy2&sig=4od0w_rmi8ZAvHWkoRM1NiGaEfM&redir_esc=y#v=onepage&q=ed%20gein&f=false)

Cecchini, M. (2023). El fenómeno de “Pedrinho Matador”: crimen, redención y redes sociales en Brasil. *Revista Latinoamericana de Criminología*, 15(2), 113–129.

<https://doi.org/10.22201/crim.2023.113>

Connelly, P. J. (2011). The representations of serial killers.

<https://storre.stir.ac.uk/bitstream/1893/3438/1/The%20Representations%20of%20Serial%20Killers.pdf>

Cortes Fuentes, K. M. (2023). *Significados que se construyen en torno al imaginario social de los asesinos en serie en la sociedad colombiana*. [Tesis de grado].

Corporación Universitaria Minuto de Dios – Uniminuto.  
<https://repository.uniminuto.edu/server/api/core/bitstreams/7d4108e8-2f59-4e2e-b715-2b342ccc0420/content>

Cumbal Mendoza, S.V. (2022). *La espectacularización del mal. La estrategia de construcción mediática del asesino Ted Bundy como icono de la cultura popular*. [Tesis de grado]. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. <https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/dcdfbca7-3a98-47d2-ad22-f21e8639e546/content>

Custers, K., & Van den Bulck, J. (2012). The relationship between news exposure to a serial killer case and altruistic fear: An exploratory study. *Studies in Communication - Media*, 2, 167-192. <https://www.inlibra.com/de/document/view/pdf/uuid/ca5fe13e-37b0-3357-b9e5-eb93e95cc5b2>

Doyle, L. (18 Agosto, 2025). *Media and crime: How news shapes public perception*. Your Academic Success Begins Here | American Military University (AMU). <https://www.amu.apus.edu/area-of-study/criminal-justice/resources/media-and-crime/>

Castleden, C. (2011). *Ed Gein: El psicocaníbal*. Hachette Reino Unido. [https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=O0ueBAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP5&dq=ed+gein&ots=Cie2a7Hy2&sig=4od0w\\_rmi8ZAvHWkoRM1NiGaEfM&redir\\_esc=y#v=onepage&q=ed%20gein&f=false](https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=O0ueBAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP5&dq=ed+gein&ots=Cie2a7Hy2&sig=4od0w_rmi8ZAvHWkoRM1NiGaEfM&redir_esc=y#v=onepage&q=ed%20gein&f=false)

Cecchini, M. (2023). El fenómeno de “Pedrinho Matador”: crimen, redención y redes sociales en Brasil. *Revista Latinoamericana de Criminología*, 15(2), 113–129. <https://doi.org/10.22201/crim.2023.113>

Connelly, P. J. (2011). The representations of serial killers. <https://storre.stir.ac.uk/bitstream/1893/3438/1/The%20Representations%20of%20Serial%20Killers.pdf>

Cortes Fuentes, K. M. (2023). *Significados que se construyen en torno al imaginario social de los asesinos en serie en la sociedad colombiana*. [Tesis de grado]. Corporación Universitaria Minuto de Dios – Uniminuto. <https://repository.uniminuto.edu/server/api/core/bitstreams/7d4108e8-2f59-4e2e-b715-2b342ccc0420/content>

Cumbal Mendoza, S.V. (2022). *La espectacularización del mal. La estrategia de construcción mediática del asesino Ted Bundy como icono de la cultura popular*. [Tesis de grado]. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. <https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/dcdfbca7-3a98-47d2-ad22-f21e8639e546/content>

Custers, K., & Van den Bulck, J. (2012). The relationship between news exposure to a serial killer case and altruistic fear: An exploratory study. *Studies in Communication - Media*, 2, 167-192. <https://www.nomos-elibrary.de/de/document/view/pdf/uuid/ca5fe13e-37b0-3357-b9e5-eb93e95cc5b2?page=1>

Doyle, L. (18 Agosto, 2025). *Media and crime: How news shapes public perception*. Your Academic Success Begins Here | American Military University (AMU). <https://www.amu.apus.edu/area-of-study/criminal-justice/resources/media-and-crime/>

Greer, C., & Reiner, R. (2012). *Mediated Mayhem: Media, Crime and Criminal Justice*. En M. Maguire, R. Morgan & R. Reiner (eds.) Oxford Handbook of Criminology, 5 edición, Oxford: Oxford University Press. (ISBN: 978- 019959027-8). <https://repository.essex.ac.uk/27452/1/CRO%202012%20-%20OHB%20-%20Mediated%20Mayhem.pdf>

- Haggerty, K. D. (2009). Modern serial killers. *Crime, Media, Culture: An International Journal*, 5(2), 168-187.  
<https://doi.org/10.1177/1741659009335714>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collao, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). Mc Graw Hill.  
[https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia\\_de\\_la\\_investigacion\\_-\\_roberto\\_hernandez\\_sampieri.pdf](https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf)
- Holt, D. B. (2004). *How brands become icons: The principles of cultural branding*. Harvard Business School Press.  
<https://books.google.com.co/books?id=PqfSW3zpvFoC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Iáñez Picazo, J. (2021). ¿Basado en hechos reales? Hacia Una cultura pop del crimen. *CRATER, Arte e Historia*, (1), 20-35.  
<https://doi.org/10.12795/crater.2021.i01.02>
- Jenkins, P. (1994). *Using murder: The social construction of serial homicide*. Transaction Publishers.  
<https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781351328449/using-murder-philip-jenkins>
- Jiménez, J. (2014). Asesino en serie: definición, tipología y estudios sobre esta temática. *Gaceta Internacional de Ciencias Forenses – GICcFf*, (10), 4-12.  
[https://www.uv.es/gicf/3R1\\_Jimenez\\_GICF\\_10.pdf](https://www.uv.es/gicf/3R1_Jimenez_GICF_10.pdf)
- Lindsay, J. (2004). *Darkly Dreaming Dexter*. Doubleday.  
<https://cdn.bookey.app/files/pdf/book/es/el-oscuro-pasajero.pdf>

Largo, J. (2009). Luis Alfredo Garavito Cubillos y su marca indeleble. *Revista electrónica de psicología social Poiésis*, (18), 1-6.

<https://revistas.ucatolicaluisamigo.edu.co/index.php/poiesis/article/view/152/141>

The Latin American Post Staff (10 Septiembre, 2024). *Asesinos seriales en América Latina: la cruda realidad detrás de las cifras*. The Latin American Post.

<https://latinamericanpost.com/es/americas-es/asesinos-seriales-en-america-latina-la-cruda-realidad-detras-de-las-cifras/>

Loaiza, Y. (4 Julio, 2021). *La historia de Daniel Camargo, el violador y asesino serial colombiano que aterrorizó a Ecuador*. Infobae.

<https://www.infobae.com/america/america-latina/2021/07/04/la-historia-de-daniel-camargo-el-violador-y-asesino-serial-colombiano-que-aterorizo-a-ecuador/>

Marulanda Cardona J. V. (2020) Emiro Sandoval Huertas: Metáfora de la Criminología Crítica en Colombia. *Novum Jus*, 14(2), 105-119.

<http://www.scielo.org.co/pdf/njus/v14n2/2500-8692-njus-14-02-105.pdf>

Méndez V., M. I., Montenegro G., Y. Y., Rodríguez A., K. S., Torres C., A. C., y

Sarco, A. (2023). Perfil Criminal de una Persona Psicópata: El Caso de Ted Bundy. *Revista Semilla Científica*, 1(4), 660–676.

<https://doi.org/10.37594/sc.v1i4.1307>

Millán Cano, L. A. & Soto Rubio, M. A. (2023). *Asesinato serial en Colombia: Causas, análisis de caso y necesidad de fortalecimiento de la perfilación*

*criminal en el país*. [Tesis de grado]. Universidad Libre.

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/28043/Trabajo%20>

[de%20Grado%2c%20Asesinato%20serial%20en%20Colombia.pdf?sequence=2&isAllowed=y](http://www.scielo.org.co/pdf/crim/v56n3/v56n3a02.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

Molina Jacome, I. (2014). Cultura del miedo y percepción del crimen: un análisis mediático. *Revista Criminalidad*, 53(3), 9–23.

<http://www.scielo.org.co/pdf/crim/v56n3/v56n3a02.pdf>

Morales, E. (2024). Social media and the mediation of everyday violence: A study of Colombian young adults' experiences. *New Media & Society*, 27(7), 4308-4325. <https://doi.org/10.1177/14614448241236756>

Murphy, R. & Brennan, I. (Creadores). (2022). *Dahmer–Monster: The Jeffrey Dahmer Story* [Miniserie de televisión]. Netflix.

<https://www.netflix.com/co/title/81287562>

Pérez-Martínez, A. & Rodríguez-Fernández, A. (2023). Asesinos en serie, múltiples en un solo acto y terroristas: algunos datos y reflexiones comparativas.

*Revista Latinoamericana de Estudios de Seguridad*, (35), 77–93.

<https://revistas.flacsoandes.edu.ec/urvio/article/download/5623/4345>

Quintero, P. (16 Abril, 2025). *El crimen como producto: la mercantilización del delito*. LISA News. [https://www.lisanews.org/criminologia/mercantilizacion-](https://www.lisanews.org/criminologia/mercantilizacion-del-crimen-cuando-el-criminal-es-el-producto-de-consumo/)

[del-crimen-cuando-el-criminal-es-el-producto-de-consumo/](https://www.lisanews.org/criminologia/mercantilizacion-del-crimen-cuando-el-criminal-es-el-producto-de-consumo/)

Ramsland, K. (2006). *Inside the Minds of Serial Killers: Why They Kill*. Bloomsbury

Publishing. [https://books.google.com.co/books/about/Inside\\_the\\_Minds\\_of\\_Serial\\_Killers.html?id=qbppiQQw4DkC&redir\\_esc=y](https://books.google.com.co/books/about/Inside_the_Minds_of_Serial_Killers.html?id=qbppiQQw4DkC&redir_esc=y)

Salado, P. (2016). *Asesinos seriales, etiología de sus crímenes y perfilación*. [Tesis de grado]. Universidad del país Vasco.

<https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/18989/Salado%20San%20Pedro%20C%20Paula.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Scherer F. GDA La Nación Argentina (14 Octubre, 2018). Por qué nos fascinan los asesinos en serie. *El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/cultura/gente/por-que-nos-fascinan-los-asesinos-en-serie-281170>

Schmid, D. (2005). *Natural born celebrities: Serial Killers in American Culture*. University of Chicago Press. [https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=Cz9bEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR4&dq=Natural+Born+Celebrities:+Serial+Killers+in+American+Culture.+University+of+Chicago+Press&ots=E8ccF\\_ANj&sig=bxUmtULNwEFRReSdpgNugFb59HXU&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=Cz9bEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR4&dq=Natural+Born+Celebrities:+Serial+Killers+in+American+Culture.+University+of+Chicago+Press&ots=E8ccF_ANj&sig=bxUmtULNwEFRReSdpgNugFb59HXU&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

Silva, C., & Guedes, I. (2022). The Role of the Media in the Fear of Crime: A Qualitative Study in the Portuguese Context. *Criminal Justice Review*, 48(3), 300-317. <https://doi.org/10.1177/07340168221088570>

Smith, M. K. & Virág Tevely, T. (2023). Blurring the boundaries between fact and fiction: serial killers in the context of dark tourism. *Tourism and Heritage Journal*, 4, 53–75. <https://doi.org/10.1344/THJ.2022.4.4>

Tasayco, C. N. (2020). *Cobertura periodística de hechos policiales en noticieros peruanos. Caso: “El Apóstol de la Muerte”*. [Tesis de grado\*. Universidad San Ignacio de Loyola. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/d816d1e6-b749-4ad3-a984-b8aed8c27fef/content>

Vergara Santos, Y. P., Solano Brochero, E. O. & Pérez Fontalvo, Paula (2024) *Psique criminal: Analizando la conducta homicida desde una perspectiva psicología*

forense. [Tesis de Especialización]. Universidad Simón Bolívar.

<https://bonga.unisimon.edu.co/items/51fa074c-d217-4684-b1fc-d5e590b068ee>

Vronsky, P. (2004). *Asesinos en serie: El método y la locura de los monstruos* .

Penguin.[https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=SfYFYEWb62AC&oi](https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=SfYFYEWb62AC&oi=fnd&pg=PR9&dq=ed+gein&ots=Ewzh6wwa59&sig=4bLHxW7XcDwSX-nuJidQuNXM9OY&redir_esc=y#v=onepage&q=ed%20gein&f=false)

[=fnd&pg=PR9&dq=ed+gein&ots=Ewzh6wwa59&sig=4bLHxW7XcDwSX-](https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=SfYFYEWb62AC&oi=fnd&pg=PR9&dq=ed+gein&ots=Ewzh6wwa59&sig=4bLHxW7XcDwSX-nuJidQuNXM9OY&redir_esc=y#v=onepage&q=ed%20gein&f=false)

[nuJidQuNXM9OY&redir\\_esc=y#v=onepage&q=ed%20gein&f=false](https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=SfYFYEWb62AC&oi=fnd&pg=PR9&dq=ed+gein&ots=Ewzh6wwa59&sig=4bLHxW7XcDwSX-nuJidQuNXM9OY&redir_esc=y#v=onepage&q=ed%20gein&f=false)

Ziomek, E. (2018). Aestheticization of serial killers in contemporary crime literature

and film. *New Horizons in English Studies*, 3, 123.

<https://doi.org/10.17951/nh.2018.3.123>