

28

RMCP

REVISTA MEXICANA DE CIENCIAS PENALES

**Retos ante las reformas al
Sistema Nacional de Seguridad Pública**



INSTITUTO NACIONAL DE CIENCIAS PENALES



INSTITUTO NACIONAL DE CIENCIAS PENALES



La construcción mediática de la psicopatía

The Media Construction of Psychopathy

| **Evelyn Alejandra Rangel Ochoa** |

Egresada de la Universidad Vizcaya de las Américas,
plantel Mexicali, de la licenciatura de Criminología,
con diplomado en Victimología Forense.
Correo electrónico: rangel.evelyn0530@gmail.com

La construcción mediática de la psicopatía

The Media Construction of Psychopathy

Evelyn Alejandra Rangel Ochoa

Universidad Vizcaya de las Américas



Recepción: 08/05/2025



Aceptación: 25/07/2025



DOI: <https://doi.org/10.57042/rmcp.v9i28.930>

Resumen

Este estudio explora si existe una correlación entre el consumo de contenido concerniente al crimen o psicopatía y la percepción social de los individuos sobre el tema, así como la influencia de series y películas en la formación de estereotipos negativos. A través de una encuesta abierta aplicada a diversos participantes, se recolectaron datos sobre hábitos de consumo mediático y percepciones asociadas. Los resultados muestran una correlación moderada entre el tipo de contenido que consumen y la manera en que perciben a ciertos grupos sociales, lo que sugiere que el entretenimiento basado en crimen o psicopatía puede influir en la construcción de estereotipos.

Palabras claves:

Psicopatía, medios de comunicación, trastorno de la personalidad antisocial, estereotipos y estigmatización.

Abstract

This study explores whether there is a correlation between the consumption of crime or psychopathy-related content and individuals' social perceptions of the topic, as well as the influence of series and films on the formation of negative stereotypes. Through an open-ended survey applied to a diverse group of participants, data were collected on media consumption habits and associated perceptions. The results show a moderate correlation between the type of content consumed and the way certain social groups are perceived, suggesting that crime or psychopathy-based entertainment may influence the construction of stereotypes.

Keywords:

Psychopathy, media, antisocial personality disorder, stereotypes and stigmatization.

Sumario:

I. Introducción. II. Entendiendo la psicopatía: características, diagnóstico diferencial y relación con la sociopatía. III. Estereotipos de la psicopatía en los medios. IV. Enfoques teóricos: teoría de representación, *agenda setting* y *framing*. V. ¿Hay una relación entre el consumo de contenido violento o criminal y la visión acerca de la psicopatía? VI. Conclusiones. VII. Anexo. Instrumento de investigación (encuesta vía Internet). VIII. Referencias.

I. Introducción

En las últimas décadas, el auge de los medios audiovisuales y, particularmente, de las plataformas de streaming ha transformado significativamente la

manera en que las personas razonan la información y el entretenimiento. Esta transformación ha influido directamente en la construcción de percepciones sociales sobre diversos temas, entre ellos, los trastornos mentales.

Este trabajo se centra en analizar la influencia social de la representación de los rasgos psicopáticos en los medios y cómo estas construcciones simbólicas contribuyen tanto a la formación de estereotipos, como a la estigmatización y romantización de individuos con dicho padecimiento clínico. A partir del análisis de diversas aportaciones teóricas y fuentes mediáticas contemporáneas, se busca comprender cómo estas representaciones impactan en el juicio moral del público, especialmente entre los adultos jóvenes.

Actualmente, las representaciones de la psicopatía en series y películas tienden a distorsionar los criterios clínicos reales establecidos por manuales como el DSM-5 o herramientas diagnósticas como la PCL-R de Hare. En lugar de ofrecer una imagen precisa y moderada, los personajes con rasgos psicopáticos suelen ser retratados como criminales fríos, asesinos seriales o individuos carismáticos, pero inherentemente peligrosos. Estas figuras ficticias, muchas veces desarrolladas bajo lógicas narrativas de espectáculo, sensacionalismo y dramatización, terminan por consolidar estereotipos profundamente arraigados en la cultura popular.

Este fenómeno es particularmente relevante entre la población joven adulta, que consume de forma constante y frecuente géneros como el thriller, el crimen, el terror y el drama, y son estos los que incorporan, con mayor frecuencia, temáticas relacionadas con violencia, enfermedades mentales, criminalidad o asesinatos. Estas narrativas, al presentarse de manera repetitiva y sin un enfoque crítico o riguroso, pueden fomentar una percepción desinformada y

estigmatizante o, en otros casos, una atracción problemática hacia figuras psicopáticas idealizadas.

A pesar del creciente interés académico por las representaciones mediáticas de los trastornos mentales, aún no se han desarrollado estudios enfocados específicamente en cómo este tipo de contenidos puede modelar las percepciones colectivas sobre la psicopatía. No obstante, se plantea la hipótesis de que la exposición prolongada a este tipo de contenidos —con personajes mal construidos o profundamente estereotipados— puede contribuir a la formación de una imagen distorsionada, que vacila entre el rechazo estigmatizante y la fascinación romántica. Por lo tanto, este estudio propone abrir una línea de análisis crítica sobre los efectos socioculturales del consumo de representaciones psicopáticas en los medios, con el objetivo de generar herramientas que permitan una comprensión más informada, empática y responsable del fenómeno.

II. Entendiendo la psicopatía: características, diagnóstico diferencial y relación con la sociopatía

La psicopatía es un trastorno de la personalidad complejo que ha sido ampliamente debatido tanto en la psicología clínica como en la literatura mediática. Este trastorno se caracteriza por un patrón persistente de comportamientos como la insensibilidad afectiva, la manipulación interpersonal, el egocentrismo patológico, y la falta de empatía, remordimiento o culpa, lo que dificulta la interacción emocional y la adherencia a normas sociales (Jarne y Talar, 2013).

Los individuos diagnosticados con psicopatía muestran una marcada incapacidad para establecer vínculos afectivos duraderos, así como un estilo de vida impulsivo e irresponsable, lo cual los convierte en una figura recurren-

te en el cine, la televisión y otros medios de comunicación. Sin embargo, la representación mediática de la psicopatía frecuentemente distorsiona los elementos clínicos, presentando una visión sensacionalista, que no solo refuerza estereotipos erróneos, sino que también contribuye a la estigmatización de quienes padecen trastornos de personalidad.

Este marco teórico explora las principales definiciones de psicopatía, su representación en los medios y las consecuencias de estas construcciones sociales para la comprensión pública de la salud mental.

La psicopatía se caracteriza por una visión centrada en uno mismo, tendencia a exagerar la propia importancia, comportamientos narcisistas, justificación constante de las propias acciones, impulsividad, escasa capacidad para frenar conductas inapropiadas y una marcada búsqueda de poder y dominio sobre los demás (Pozueco, Romero y Casas, 2011).

Vicente Garrido, en su libro *El psicópata integrado* (2024), define la psicopatía como un conjunto de síntomas o características que, en su conjunto y con gran intensidad, configuran una forma de ser perjudicial para la sociedad. Estos rasgos pueden organizarse jerárquicamente según la dimensión de la personalidad a la que correspondan. La persona psicópata tiene una necesidad constante de admiración y rechaza obedecer las normas que regulan la convivencia de la mayoría de las personas. Suele aparentar tener emociones sinceras y desinteresadas, pero en realidad, utiliza tácticas manipuladoras, engaños y mentiras. No experimenta remordimiento por las acciones dañinas que comete, lo cual le permite actuar con crueldad de forma habitual.

Por otra parte, Black (2013), en su libro *Bad Boys, Bad Men: Confronting Antisocial Personality Disorder (Sociopa-*

thy), nos dice que la palabra sociopatía es un término extraoficial que se utiliza como una variante del trastorno de personalidad antisocial. Se refiere a un patrón continuo de impulsividad, irresponsabilidad y hostilidad hacia las normas sociales, que suele verse originado en entornos negativos, como una infancia traumática y llena de abusos o negligencia. En comparación con las personas psicópatas, los individuos considerados sociópatas tienden a tener arrebatos emocionales, poco control de impulsos y labilidad (inestabilidad en relaciones personales o empleos).

Los términos de psicopatía y sociopatía son conceptos coloquiales; esto se refiere a que no están oficializados en la terminología clínica, pero se relacionan con el trastorno antisocial de la personalidad, que el *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* (APA, 2013) define como un patrón persistente de conductas que vulneran los derechos de otras personas y que se originan generalmente en la niñez o adolescencia temprana y continúan en la adultez. Este patrón se refleja en comportamientos como la tendencia a ignorar las normas sociales, mentir de manera habitual, actuar con impulsividad, mostrar agresividad, asumir riesgos sin considerar consecuencias, no cumplir responsabilidades y carecer de remordimiento por el daño causado a otros.

En el caso de un sociópata, este nace de un entorno nocivo, en el que se normalizan los actos violentos, que son determinantes para su conducta; de igual manera, puede mantener vínculos afectivos reales con otras personas. En contraparte, con el psicópata, su base genética es decisiva en un 50 %, lo que significa que el ambiente no es un factor clave para que se desarrolle, sino un posible atenuante de futuras conductas antisociales en el individuo. Una diferencia clave entre un sociópata y un psicópata es la génesis

de este padecimiento, y que el sociópata podría haber sido una persona común si hubiera crecido en un entorno social estable y normativo (Garrido, 2024).

Christopher Bayer, quien ofrece terapia a trabajadores de Wall Street, menciona que, al menos, un 10 % puede clasificarse con psicopatía. Menciona que parte del perfil de un trabajador de Wall Street consiste en una falta de empatía o desinterés por los demás; estas personas llegan a ser muy carismáticas e inteligentes, lo que también les proporciona una capacidad inigualable para mentir y manipular a otros, solo por la sensación de adrenalina. Incluso asegura que un psicópata financiero puede ser una buena opción para un cargo como estos (Decovny, 2012).

III. Estereotipos de la psicopatía en los medios

El estudio de Keesler y DeMatteo (2017) muestra que la representación de psicópatas en medios —especialmente en personajes protagonistas— puede moldear significativamente cómo las personas comprenden el trastorno. La exposición frecuente tiende a suavizar o incluso glamurizar sus características, lo cual distorsiona la visión clínica y puede influir en decisiones sociales y judiciales (como el juicio de jurados). Además, muchos asocian la psicopatía únicamente con violencia extrema, pero ignoran otros rasgos relevantes.

Los medios de comunicación suelen recurrir a estos estereotipos como una forma de representar de manera simplificada fenómenos complejos, como la psicopatía. Esta simplificación, lejos de aportar claridad, tiende a distorsionar la realidad, lo que genera imágenes exageradas o inexactas. En este contexto, frecuentemente se retrata la psicopatía de una forma sensacionalista, que apela más al impacto emocional que a la fidelidad con los hechos. Como mencio-

nan Grabe, Zhou y Barnett (1999), este tipo de representaciones prioriza la reacción del público sobre la veracidad, lo que contribuye a consolidar una visión estigmatizada y errónea del psicópata en el imaginario colectivo. Así, los medios juegan un papel fundamental en la construcción social de la psicopatía, porque refuerzan ideas preconcebidas y alejadas del enfoque clínico o científico.

En el contexto de la salud mental, la estigmatización implica la creación y reproducción de creencias negativas, actitudes prejuiciosas y conductas discriminatorias hacia quienes padecen trastornos psicológicos. Los medios de comunicación juegan un papel central al reforzar estereotipos como la peligrosidad o incompetencia de estas personas, lo cual contribuye a su marginación social y dificulta su inclusión (por no ser "normales"), tratamiento y bienestar (Corrigan y Watson, 2002).

En el ámbito mediático, la representación de la psicopatía suele estar profundamente influida por dinámicas de sensacionalismo, lo cual distorsiona la percepción pública del trastorno. El sensacionalismo se manifiesta como una estrategia comunicativa orientada a provocar una reacción emocional intensa en la audiencia, aun cuando ello implique comprometer la precisión y la objetividad del contenido presentado (Grabe, Zhou y Barnett, 1999).

IV. Enfoques teóricos: teoría de representación, agenda setting y framing

Las representaciones mediáticas se refieren a la manera en que los medios de comunicación construyen y transmiten una imagen o interpretación de la realidad social, política, cultural o psicológica, lo cual influye en cómo los individuos perciben y entienden diversos fenómenos. Estas represen-

taciones no solo reflejan la realidad, sino que también la moldean, ya que los medios seleccionan, editan y dramatizan los hechos de manera que refuerzan ciertas ideologías o estereotipos (Hall, 1997). En el contexto de los trastornos de personalidad como la psicopatía, los medios de comunicación desempeñan un papel crucial en la creación de una imagen distorsionada de los individuos afectados, ya que frecuentemente los asocian con características negativas, como la violencia extrema, la peligrosidad y la insensibilidad emocional. Esta representación mediática simplificada y sensacionalista contribuye a la formación de prejuicios sociales, puesto que estigmatiza a las personas con trastornos mentales y dificulta la comprensión real de estas condiciones desde un enfoque clínico.

La teoría de la representación, de Stuart Hall (1997), define la representación como el proceso mediante el cual una cultura produce significado a través del lenguaje, imágenes y símbolos. Para él, representar no es simplemente mostrar la realidad, sino construirla socialmente. Hall propone tres formas de entender cómo se crea el significado:

- Reflexiva: el lenguaje refleja la realidad.
- Intencional: el autor impone su significado.
- Construcciónista (la que él defiende): el significado se construye colectivamente mediante códigos culturales compartidos.

Según la teoría de la representación, los medios no reflejan la realidad de manera neutral, sino que construyen significados a través del lenguaje, las imágenes y los discursos. Aplicado a la psicopatía, esto implica que la idea que la sociedad tiene sobre las personas psicópatas no proviene directamente de una fuente clínica confiable o la ciencia,

sino de cómo son representadas en películas, series, noticias y documentales. Desde el enfoque construccionista de Hall, la psicopatía no tiene un significado fijo; en cambio, se define culturalmente mediante estereotipos y narrativas repetidas que asocian esta condición con figuras como el asesino carismático, frío y violento, por ejemplo, Hannibal Lecter o Joe Goldberg.

Estas representaciones simplificadas distorsionan un trastorno psicológico complejo y lo convierten en una identidad mediática que refuerza ideas estigmatizantes. Así, los medios realizan una producción masiva y fijan una imagen social de la psicopatía en función de intereses culturales o comerciales, más que médicos o científicos. En este sentido, Hall permite entender cómo las representaciones no solo informan, sino que también moldean nuestra percepción de lo que significa "ser psicópata".

Desde la teoría de la representación, podemos entender que los medios han jugado un papel importante en crear y reforzar la idea de que todas las personas psicópatas son asesinas, peligrosas o violentas. Esta imagen se repite constantemente en películas, series y noticias, lo cual refuerza prejuicios y crea miedo social. Sin embargo, esta representación no refleja la realidad completa, ya que muchas personas con rasgos psicopáticos no cometen crímenes ni son un peligro; algunas incluso pueden desempeñar cargos políticos o de liderazgo y tienen una vida tranquila y socialmente funcional.

La teoría de la *agenda setting*, propuesta por McCombs y Shaw (1972), sostiene que los medios de comunicación no le dicen directamente a la gente qué pensar, pero sí influyen en los temas sobre los que piensa. Es decir, al destacar ciertos asuntos y darles más espacio en las noticias, los medios hacen que el público los perciba como más importantes.

Esta teoría funciona en dos niveles. El primero se enfoca en los temas más visibles: cuanto más se hable de algo en los medios, más relevante se vuelve para la sociedad. El segundo nivel trata sobre la manera en que se presenta esa información: los medios no solo eligen los temas, sino también qué aspectos destacar de ellos, lo que afecta la forma en que las personas los entienden.

Cuando aplicamos la teoría de la *agenda setting* a cómo los medios muestran la psicopatía, podemos ver que estos tienen un gran impacto en lo que la gente piensa sobre el tema. Al hablar con frecuencia de crímenes, asesinos o personajes ficticios con rasgos psicopáticos, los medios hacen que el público vea la psicopatía como algo muy relacionado con la violencia y el peligro. Además, no solo deciden cuánto hablar del tema, sino también cómo mostrarlo, generalmente de forma negativa o exagerada. Esto hace que muchas personas crean que todos los psicópatas son agresivos o criminales, aunque en realidad no siempre es así. De esta manera, los medios ayudan a crear una imagen estereotipada y equivocada de lo que realmente significa ser una persona con psicopatía.

La teoría del *framing* o encuadre, desarrollada por Robert Entman (1993), explica cómo los medios influyen no solo en los temas que la audiencia considera importantes, sino también en la manera en que los interpreta. A través del encuadre, se resaltan ciertos aspectos de la información mientras se omiten otros, de manera que se moldea la percepción pública. Según Entman, este proceso permite a los medios construir significados y orientar la opinión sobre un hecho o problema (1993, p. 52). A la luz de esta teoría, puede afirmarse que los medios encuadran la psicopatía de manera parcial y priorizan elementos que generan impacto emocional y audiencia, mientras omiten o minimizan expli-

caciones científicas como las que presenta el artículo. Esta distorsión mediática no solo refuerza estereotipos, sino que también limita el debate público sobre la psicopatía, porque reduce su comprensión a una narrativa simplificada y estigmatizante.

V. ¿Hay una relación entre el consumo de contenido violento o criminal y la visión acerca de la psicopatía?

En esta sección se detallan los resultados del procesamiento de los datos recopilados mediante la encuesta diseñada específicamente para esta investigación (Anexo). La presentación de los datos se organiza conforme a las variables principales del estudio, entre las que se contemplan características sociodemográficas, tales como la edad y el género, así como el tipo y la frecuencia de consumo de contenido mediático relacionado con la psicopatía. También se analizan las percepciones sociales asociadas a esta condición en función de dichos factores.

El objetivo de la encuesta es identificar si existe o no una influencia entre el consumo de contenido violento o criminal y el razonamiento formado en la sociedad, con base en el pensamiento del individuo en cada una de las situaciones que se presentan a lo largo de esta. Al mismo tiempo, se logra hacer una comparativa más enfocada en grupos de edad, sexo o nivel de consumo.

De acuerdo con un estudio realizado por la plataforma de streaming Netflix en enero de 2024, las edades que principalmente consumen contenidos como *true crime*, terror o suspenso, en donde se desarrollan los personajes psicopáticos, van de 18 a 35 años. Sin embargo, esta encuesta se enfoca en un rango más amplio de la población, con el propósito de establecer comparativas generacionales, de

manera que incluye voluntarios de entre 13 y 65 años, todos residentes de Mexicali, Baja California.

Una de las complicaciones presentadas a lo largo de la investigación fue la disponibilidad de candidatos. Se logró consolidar solo 71 encuestados en un periodo de una semana. El cuestionario se divulgó por medio de las redes sociales para una mejor difusión. Del total de la población que respondió las preguntas, 36 son mujeres, 34 hombres y 1 de género fluido. Además, 24 tienen entre 30 y 65 años, mientras que los 47 restantes varían entre 13 y 29 años.

La encuesta está conformada por 26 preguntas de formato diverso diverso: abiertas (4), de opción múltiple (13), de escala de Likert (9). Están divididas en cinco apartados: datos personales, consumo de contenido, percepción personal, análisis situacional y representación o creencia. Los reactivos exploran diversos aspectos de los encuestados, desde las opiniones o emociones hasta la manifestación externa de actitudes. Entre las mencionadas, se encuentran reactivos sobre la sensación de seguridad, la idea personal sobre "cómo actúa un psicópata" y el grado de consumo de este y otros géneros de entretenimiento.

Gráfica 1. Géneros de entretenimiento preferidos por los encuestados



Fuente: Elaboración propia.

Según la encuesta realizada para esta investigación, podemos observar (Gráfica 1) que, efectivamente, el género de terror y similares son los principales contenidos que consume el público. Y, ciertamente, en su mayoría, la población femenina (Tabla 1).

La investigación realizada muestra que, respecto a la pregunta: *¿en qué medida piensas que los medios de comunicación influyen en tu percepción sobre la seguridad personal?*, del total de encuestados, 67.61 % reconocieron algún tipo de influencia y 32.39 % respondieron poco o nada.

Tabla 1. Porcentaje de personas que se muestran más influidas y consumen más contenido de terror o suspense según el género

Género	Porcentaje
Mujer	36.6 %
Hombre	29.6 %
Género fluido	2.1%

Fuente: Elaboración propia.

Gran parte de los encuestados considera que los problemas psicológicos como traumas, estrés o ansiedad son los factores clave que desencadenan conductas ilícitas o extremistas en la sociedad, cuando en realidad, son solo algunas de las muchas variables (internas y externas) desencadenantes de este fenómeno.

Actualmente sabemos que tanto la salud mental, como el entorno social (familia, amigos), pueden funcionar a manera de imponentes —que incitan o motivan al sujeto a la conducta antisocial— o repelentes —que tienen el efec-

to contrario—; si una persona tiene un umbral criminógeno bajo, la probabilidad de caer ante un impelente es mucho mayor en comparación con alguien con un umbral alto.

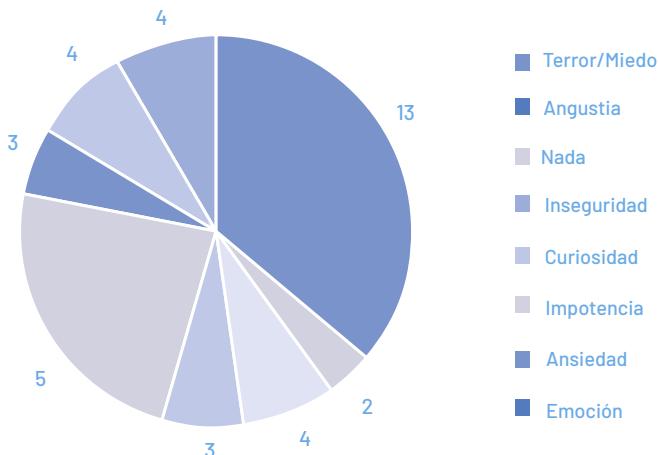
Tabla 2. Nivel de alerta en la población encuestada: ¿cómo describirías tu nivel actual de alerta o precaución en lugares públicos?

Nivel de alerta	Cantidad
Muy alta	10
Alta	26
Media	28
Baja	6
Muy baja	1

Fuente: Elaboración propia.

Con base en estos resultados, podemos definir que, en promedio, hay un nivel alto de alerta o precaución en la población encuestada. Para obtener el promedio, se asignaron valores numéricos ascendentes a cada categoría ordinal (1 = muy baja; 2 = baja; 3 = media; 4 = alta; 5 = muy alta). Posteriormente, se multiplicó cada valor por la frecuencia correspondiente, se sumaron los productos y se dividieron entre el total de casos ($N = 71$). El resultado fue una media ponderada de 3.54, lo que indica que la población encuestada presenta un nivel de alerta ubicado entre “medio” y “alto”, con tendencia hacia el nivel alto (Tabla 2). Es más notoria esta inseguridad en mujeres. Cabe destacar que este mismo grupo se encuentra entre los mayores consumidores de este tipo de contenidos (Tabla 1).

Gráfica 2. Emociones predominantes por parte de los encuestados



Fuente: Elaboración propia.

La Gráfica 2 muestra las emociones predominantes que experimentan los encuestados al consumir contenido sobre crímenes o actos violentos. Esto nos permite visualizar el impacto emocional de dicho contenido, en el que sobresalen, en orden descendente, el terror o miedo, la curiosidad y ninguna emoción.

Al indagarse con una pregunta abierta (*¿qué emociones predominan en ti después de ver contenido sobre crímenes o actos extremos?*), también hubo respuestas como la decepción hacia la humanidad y la reflexión sobre los actos que el ser humano puede cometer contra sus iguales, lo que provoca un grado de inquietud e inseguridad en el entorno. Otros participantes incluso expresaron impotencia por no tener las facultades para evitar o resolver dichos conflictos sociales.

Otra pregunta que abrió más el panorama sobre el sentido de inseguridad y miedo de la población planteó

la siguiente situación: "Imagina que estás caminando solo(a) en un lugar poco concurrido y con poca iluminación. ¿Qué pensamientos o precauciones vienen a tu mente?". Las respuestas se pueden desglosar de la siguiente forma: solo el 2.82 % de los encuestados temió un suceso paranormal, mientras que el otro 95.77 % se mostró precavido hacia situaciones delictivas, ya sea porque ideó planes de huida o ataque, o porque pensó en tácticas para evitar una situación vulnerable como esa. Algo por resaltar del total de respuestas es que el 1.48 % restante mencionó la idea de privar de la vida a otra persona, lo que puede ser una señal de alerta sobre esta parte de la población.

Tabla 3. Interpretación de correlación de Pearson

Rango de valores	Interpretación
0.00 - 0.10	Correlación nula
0.10 - 0.30	Correlación débil
0.30 - 0.50	Correlación moderada
0.50 - 1.00	Correlación fuerte

Fuente: Elaboración propia.

La correlación de Pearson se calculó organizando los datos en pares y aplicando su fórmula, que relaciona la covarianza de los datos con el producto de sus desviaciones estándar. El resultado fue $r = 0.34$, lo que indica una correlación moderada y positiva entre el consumo de contenido sobre psicopatía y su percepción.

Al establecer una comparación entre consumidores habituales con el grupo de consumidores esporádicos, podemos destacar varios aspectos de interés, por ejemplo:

- El grupo espectador habitual nos muestra que su consumismo recae en la curiosidad y, en parte, morbosidad por estos personajes violentos. Asimismo, quienes lo integran suponen que cuando una persona se muestra fría, sin culpa o remordimiento no es una señal de alerta, sino que "depende del contexto en que se desenvuelve" (según una de las respuestas).
- En contraste, el grupo de consumidores esporádicos manifiesta una visión más empática hacia el trauma de las víctimas y la justicia para ellas, al mismo tiempo que sus integrantes aseguran que un individuo sin rasgos de empatía o culpa puede representar un riesgo a futuro si no se llega a controlar o canalizar.
- Las personas de edades comprendidas entre 18 a 35 años se encuentran entre las mayores consumidoras de contenido violento o criminal, pero con base en la investigación (aunque es un grupo menor), se puede identificar que de todos los encuestados de 36 a 65 años, solo una persona no se ve influida por el contenido violento observado (Tabla 4).
- En caso contrario, aquellos individuos de 36 años o más se ven principalmente inclinados a consumir contenido de romance, comedia o drama, pero con un alto nivel de influencia en la visión que tienen hacia los psicópatas.

Tabla 4. Porcentaje de personas que se muestran influidas por la construcción mediática, divididas por género y grupo etario (con base en el total de la muestra)

	Género	Porcentaje
Grupo de 35 o menos	Mujer	39.6 %
	Hombres	22.9 %
	Género fluido	2.1%
Grupo de 36 o más	Mujeres	14.6 %
	Hombres	20.8 %

Fuente: Elaboración propia.

VI. Conclusiones

A lo largo de este artículo se ha examinado cómo la construcción mediática de la psicopatía influye en la percepción social de este trastorno. La revisión de diversas representaciones en medios de comunicación y su comparación con fuentes académicas ha permitido identificar distorsiones, estereotipos y simplificaciones que moldean la forma en que la sociedad interpreta y responde a las personas etiquetadas como psicópatas.

Asimismo, los resultados de la encuesta realizada respaldan la hipótesis de que existe una influencia moderada entre el consumo de contenido mediático y la percepción social de la psicopatía, aunque aún es necesario llevar a cabo una investigación más extensa sobre el tema. Uno de los hallazgos más relevantes fue que las mujeres constituyen el grupo mayoritario de consumidoras de este tipo de contenido, lo cual sugiere dinámicas específicas de recepción e interpretación que necesitan ser exploradas con mayor profundidad. Esta tendencia refuerza la idea de que el discurso

mediático no solo informa, sino que también moldea creencias y actitudes de manera diferenciada según el perfil del público.

Es importante destacar, además, la confusión terminológica que los medios de comunicación suelen reproducir al emplear indistintamente conceptos como psicopatía, sociopatía o trastorno de la personalidad antisocial.

Esta combinación de términos contribuye a una percepción imprecisa y estigmatizante, que dificulta la compresión de las diferencias clínicas entre estas categorías diagnosticadas. Mientras que la psicopatía es un constructo más relacionado al área de la psicología forense, el trastorno de personalidad antisocial está definido por criterios diagnósticos específicos en manuales como el DSM-5. Sin embargo, el tratamiento mediático tiende a homogeneizar estas nociones, por lo que refuerza estereotipos de peligrosidad y deshumanización que influyen en la opinión pública y en el juicio social hacia las personas que padecen estos trastornos o son percibidas como tales.

Desde la perspectiva de la teoría de la *agenda setting*, los medios no solo seleccionan los temas que ocupan un lugar central en la conversación pública, sino que también jerarquizan su importancia. En el caso de la psicopatía, esta teoría ayuda a explicar por qué ciertos perfiles criminales son sobrerepresentados en las noticias o la ficción, mientras que las explicaciones clínicas o contextuales son excluidas. Así, el público termina asociando la psicopatía casi exclusivamente con el crimen o la violencia, lo que refuerza percepciones distorsionadas sobre la naturaleza del trastorno.

En definitiva, la construcción mediática de la psicopatía no es un fenómeno neutral, sino que responde a intereses narrativos, comerciales y culturales que priorizan el impacto sobre la precisión. Esta lógica contribuye a una

visión simplificada y, en muchos casos, a la estigmatización del trastorno, en la que el psicópata es reducido a una figura violenta, carente de empatía y moral. Dicha representación no solo afecta la percepción general, sino que también influye en cómo se posiciona el tema en espacios de debate público, justicia e incluso salud mental. La psicopatía, al ser tratada como espectáculo, pierde su dimensión clínica y humana, lo que puede reforzar la exclusión e incomprendimiento hacia quienes padecen este y otros trastornos de personalidad o conducta relacionados.

Ante este panorama, resulta fundamental promover una representación más informada y responsable del concepto de psicopatía en los medios. Esto implica fomentar futuras colaboraciones con expertos de la salud mental, para que permitan a la audiencia identificar estereotipos y cuestionar los discursos predominantes. Además, se recomienda que futuras investigaciones profundicen en el análisis de audiencias específicas para entender mejor qué impactos concretos tienen los contenidos mediáticos en las percepciones y actitudes de entornos sociales específicos. Solo desde un enfoque crítico y multidisciplinario será posible comprender esta problemática, al mismo tiempo que contrarrestar los efectos de la desinformación y contribuir a una comprensión más matizada y empática del fenómeno.

VII. Anexo. Instrumento de investigación (encuesta vía Internet)

Se realizó un cuestionario en formato Google Forms que se contestó de manera anónima. Este se presentó a todo público disponible y de manera aleatoria, con el fin de recabar información lo más imparcial posible y evitar sesgos dentro de la investigación.

Datos generales

1. Edad
2. Género
3. Nivel académico
 - Secundaria
 - Preparatoria
 - Licenciatura o Ingeniería
 - Posgrado (especialidad, maestría o doctorado)
 - Otra...

Consumo de contenido

4. De los siguientes géneros, ¿cuál prefieres?
 - Terror o suspenso
 - Drama
 - Comedia
 - Thriller o crimen
 - Romance
 - Otra...
5. De los siguientes medios, ¿cuál utilizas más para ver dicho contenido?
 - Series o películas
 - Documentales
 - Podcasts
 - Libros
 - Redes sociales
 - Otra...
6. ¿Qué tan seguido ves series, documentales o películas sobre crimen o asesinos?
 - Muy frecuentemente (semanalmente o más)
 - Frecuentemente (varias veces al mes)

- A veces (una vez al mes)
 - Rara vez (una vez cada varios meses)
 - Nunca
7. ¿Qué tipos de historias o temas te llaman más la atención?
- Crímenes reales
 - Historias de asesinos seriales
 - Experiencias sobrenaturales de terror
 - Psicología de la conducta criminal
 - Misterios sin resolver
 - Otra...
8. ¿Qué parte disfrutas más en este tipo de historias?
- Entender la mentalidad de los personajes
 - El proceso de investigación
 - La sensación de tensión o adrenalina
 - Aprender sobre seguridad y prevención
 - Otra...

Percepción personal

9. ¿Qué emociones predominan en ti después de ver contenido sobre crímenes o actos extremos? (Pregunta abierta)
10. En una serie o documental sobre crímenes, ¿qué tipo de personaje suele parecerse más inquietante?
- El que muestra calma extrema bajo presión
 - El que cambia rápidamente de actitud sin razón aparente
 - El que finge emociones que no siente

- El que muestra violencia abierta y descontrolada
11. Si tuvieras que describir a alguien que logra manipular una situación a su favor de forma sutil, ¿qué cualidad crees que sería más dominante en su personalidad?
- Inteligencia analítica
 - Habilidad emocional
 - Frialdad estratégica
 - Audacia impulsiva
12. ¿Qué comportamiento te resultaría más inquietante observar en alguien cercano?
- Que no muestre empatía por el sufrimiento ajeno
 - Que hable con frialdad sobre eventos violentos
 - Que se muestre extremadamente encantador en público pero diferente en privado
 - Que justifique siempre sus propios errores culpando a otros
13. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones refleja mejor tu percepción actual sobre personas que no muestran culpa o remordimiento?
- "Probablemente aprendieron a reprimir sus emociones"
 - "Son personas fuertes emocionalmente"
 - "Pueden representar un riesgo si no se controlan"
 - "Todo depende del contexto en que se desenvuelva"

14. ¿Cuál de estas actitudes te resultaría más alarmante si la observas repetidamente en alguien?
- Hablar de temas violentos con fascinación
 - No mostrar emoción frente a situaciones tristes
 - Mentir de manera natural sin señales de incomodidad
 - Cambiar de versión sobre un mismo suceso sin motivo aparente

Análisis situacional

15. Imagina que conoces a una persona nueva en un contexto social (trabajo, escuela, amigos). ¿Qué comportamiento te generaría más desconfianza de manera inmediata?
- Evitar el contacto visual de forma constante
 - Ser excesivamente encantador/a y adulador/a
 - Mostrarse completamente indiferente ante opiniones o emociones ajena
 - Compartir detalles personales demasiado rápido
 - Mostrar una actitud a la defensiva constante
16. ¿Qué factores crees que hacen que una persona cometa actos extremos o ilícitos?
- Factores biológicos (hormonales, enfermedad genética, estructura del cerebro, etc.)
 - Problemas psicológicos (traumas, estrés, ansiedad, etc.)
 - Necesidades económicas
 - Influencias externas (amigos, medios, etc.)
 - Otra...

17. Imagina que estás caminando solo(a) en un lugar poco concurrido y con poca iluminación. ¿Qué pensamientos o precauciones vienen a tu mente? (pregunta abierta)

18. ¿Cómo describirías tu nivel actual de alerta o precaución en lugares públicos?
 - Muy alto
 - Alto
 - Medio
 - Bajo
 - Muy bajo

19. Cuando ves o lees sobre situaciones de peligro o delitos, ¿qué sueles sentir?
 - Curiosidad
 - Miedo
 - Indiferencia
 - Empatía hacia las víctimas
 - Admiración hacia la astucia de los involucrados
 - Otra...

20. ¿En qué medida piensas que los medios de comunicación influyen en tu percepción sobre la seguridad personal?
 - Totalmente
 - Mucho
 - Moderadamente
 - Poco
 - Nada

21. En una escala del 1 al 5, ¿cuánto crees que has cambiado tu forma de evaluar el riesgo desde que consumes más contenido relacionado con delitos o situaciones extremas?
- 1 (Nada ha cambiado)
 - 2 (Muy poco)
 - 3 (Moderadamente)
 - 4 (Mucho)
 - 5 (Totalmente)

Representación o creencia

Lee cada afirmación y marca tu nivel de acuerdo, según tu criterio. No hay respuestas correctas o incorrectas.

22. "Todas las personas psicópatas son peligrosas".
- Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo
1. "Toda persona que no muestra empatía probablemente sea psicópata".
- Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo
23. "Todas las personas psicópatas tienen desviaciones sexuales".

- Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo
24. "Todas las personas psicópatas son violentas y criminales".
- Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo
25. "Todas las personas psicópatas son físicamente atractivas y carismáticas".
- Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo

8. Referencias

- APA: American Psychiatric Association (2013). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* (5.^a ed.). Arlington: American Psychiatric Publishing.
- Black, Donald W. (2013). *Bad Boys, Bad Men: Confronting Anti-social Personality Disorder (Sociopathy)* (2.^a ed.). Nueva York: Oxford University Press. <https://www.scribd.com/document/151457359/Bad-Boys-Bad-Men>
- Corrigan, Patrick W. y Amy C. Watson (2002). "Understanding the Impact of Stigma on People with Mental Illness". *World*

- Psychiatry*, 1(1), pp. 16–20. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1489832/>
- Decovny, Sheree (2012, 1 de marzo). "The Financial Psychopath Next Door". *CFA Magazine*. <https://rpc.cfainstitute.org/research/cfa-magazine/2012/the-financial-psychopath-next-door>
- Entman, Robert M. (1993). "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm". *Journal of Communication*, 43(4), pp. 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Garrido, Vicente (2024). *El psicópata integrado en la familia, la empresa y la política: claves para neutralizarlo*. Barcelona: Ariel, Planeta de Libros.
- Grabe, Maria Elizabeth, Shuhua Zhou y Brooke Barnett (1999). "Sourcing and Reporting in News Magazine Programs: 60 Minutes Versus Hard Copy". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 76(2), pp. 293–311. <https://doi.org/10.1177/107769909907600208>
- Hall, Stuart (1997). "El trabajo de la representación". En *La representación: Representaciones culturales y prácticas significantes* (pp. 13–74). Buenos Aires: Amorrortu.
- Jarne, Adolfo y Antonio Talarán (2013). *Manual de psicopatología clínica* (2^a ed.). Madrid: Editorial Síntesis.
- Keesler, Michael E., y David DeMatteo (2017). "How Media Exposure Relates to Laypersons' Understanding of Psychopathy". *Journal of Forensic Sciences*, 62(6), pp. 1522–1533. <https://doi.org/10.1111/1556-4029.13485>
- McCombs, Maxwell E. y Donald L. Shaw (1972). "The Agenda-Setting Function of Mass Media". *Public Opinion Quarterly*, 38(2), pp. 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Netflix (2024, enero). *What We Watched: A Netflix Engagement Report*, January–June 2024. Netflix.
- Pozueco Romero, José Manuel, Samuel L. Guillena y Nieves Ca-

sas-Barquero (2011). "Psicopatía, violencia y criminalidad: un análisis psicológico-forense, psiquiátrico-legal y criminológico (Parte II)". *Cuadernos de Medicina Forense*, 17(4), pp. 177-191. <https://scielo.isciii.es/pdf/cmf/v17n4/articulo02.pdf>

DOSSIER

VARIA

Reforma a la Ley del Sistema Nacional de Investigación e Inteligencia en Materia de Seguridad Pública
-> Héctor Elizalde Mora

Reevaluación de los desafíos del sistema de justicia penal mexicano: Un análisis crítico para el periodo 2025-2027
-> Carlos Román Marín Dávila

Proceso legislativo de las reformas en materia de inteligencia y seguridad pública
-> José Enrique Prieto Vargas

Aspectos críticos del Sistema Nacional de Seguridad Pública
-> Lauro Rubén Rodríguez Zamora

¿Cuáles son los retos que enfrenta la policía ante la reforma del Sistema Nacional de Seguridad Pública en México?
-> Isidro Félix Sánchez Mercado

Macrocriminalidad: factores determinantes de la impunidad del delito de desaparición forzada de personas en México

-> Hugo Oscar Granja Pérez

La construcción mediática de la psicopatía
-> Evelyn Alejandra Rangel Ochoa

Retos de la estimación de la edad en adolescentes en conflicto con la ley penal en México: la necesidad de incorporación del auxilio de las ciencias forenses

-> Xochitl Guadalupe Rangel Romero

RESEÑA

En el tiempo de los monstruos. Reseña a modo de epílogo de *Populismo punitivo. Crítica del discurso penal moderno* de Alejandro Nava Tovar
-> Ángel Octavio Álvarez Solís

Revista Mexicana de Ciencias Penales
Número 28 / Publicación cuatrimestral
enero-abril 2026 / Año 9 / Segunda época
ISSN: 0187-0416 / e-ISSN: 2954-4963
\$200.00 MXN

Versión OJS
revistacienciasinacipe.fgr.org.mx



FGR
FISCALÍA GENERAL
DE LA REPÚBLICA

ISSN: 0187-0416

