



**INSTITUTO LATINO-AMERICANO DE
ARTE, CULTURA E HISTÓRIA
(ILAACH)**

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO
INTERDISCIPLINAR EM ESTUDOS
LATINO-AMERICANOS (PPG IELA)**

**Reconfiguraciones sociopolíticas y narcoculturales de
Pablo Escobar**

JEAN PAUL MOLINA RODRÍGUEZ

Foz do Iguaçu
2022

**INSTITUTO LATINO-AMERICANO DE
ARTE, CULTURA E HISTÓRIA
(ILAACH)
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO
INTERDISCIPLINAR EM ESTUDOS
LATINO-AMERICANOS (PPG IELA)**

**RECONFIGURACIONES SOCIOPOLÍTICAS Y NARCOCULTURALES DE
PABLO ESCOBAR**

JEAN PAUL MOLINA RODRÍGUEZ

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos Latino-Americanos da Universidade Federal da Integração Latino-Americana, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Estudos Latino-Americanos.

Orientadora: Profa. Dra. CRISTIANE
CHECCHIA

Foz do Iguaçu
2022

JEAN PAUL MOLINA RODRÍGUEZ

**RECONFIGURACIONES SOCIOPOLÍTICAS Y NARCO
CULTURALES DE PABLO ESCOBAR EN NARCOS (2015)**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos Latino-Americanos da Universidade Federal da Integração Latino-Americana, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Estudos Latino-Americanos.

BANCA EXAMINADORA

Orientadora: Profa. Dra. CRISTIANE CHECCHIA
(UNILA).

Co-Orientador: Prof. Dr. BRUNO LÓPEZ PETZOLDT
(UNILA).

Prof. Dr. ANDREA CIACCHI
(UNILA).

Prof. Dr. FABIO ALLAN MENDES RAMALHO
(UNILA)

Foz do Iguaçu, _____ de _____ de _____

FICHA CATALOGRÁFICA EMITIDA PELA BIBLIOTECA DA UNILA

Catálogo elaborado pelo Setor de Tratamento da Informação Catálogo de Publicação na Fonte. UNILA -
BIBLIOTECA LATINO-AMERICANA - PTI

R696

Rodríguez Molina, Jean Paul.

Reconfiguraciones sociopolíticas y narcoculturales de Pablo Escobar / Jean Paul Molina Rodríguez. - Foz do Iguaçu, 2022.

80 f.: il.

Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal da Integração Latino-Americana. Instituto Latino-Americano de Arte, Cultura e História. Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos Latino-Americanos. Foz do Iguaçu-PR, 2022.

Orientador: Cristiane Checchia.

Coorientador: Bruno López Petzoldt.

1. Pablo Escobar - personagem. 2. Narcocultura. 3. Estética. 4. Tecnologia de streaming (Telecomunicações).
I. Checchia, Cristiane. II. Petzoldt, Bruno López. III. Título.

CDU 343.575

A mi madre, a mi padre, con amor a Lina y a Mambo.

RESUMEN

La reiterada construcción cinematográfica de la imagen de Pablo Escobar en las últimas décadas ha desencadenado numerosos debates sobre el impacto del narcotráfico, la narcocultura y las dinámicas de producción, distribución y consumo de estupefacientes en América Latina. Este trabajo tiene por objetivo explorar las nociones e implicaciones de la figura de Pablo Escobar desde su carácter transnacional, con el fin de comprender los procedimientos narrativos en la construcción del personaje y los paisajes simbólicos que configuran su imagen. Se destaca la figura de Pablo Escobar debido a su poder mediático y su continua resignificación en los discursos audiovisuales de ficción a través de ideas, valores y prácticas culturales en transición constante. Para lograr el objetivo de esta investigación se exponen elementos teóricos que permiten el estudio de Pablo Escobar desde un contexto audiovisual y otras formas artísticas, desde una perspectiva interdisciplinaria enmarcada en los Estudios Latinoamericanos.

Palabras clave: Personaje audiovisual, Pablo Escobar, Narcocultura, Estética, Netflix

RESUMO

A construção cinematográfica repetida da imagem de Pablo Escobar nas últimas décadas desencadeou numerosos debates sobre o impacto do tráfico de droga, da narcocultura e da dinâmica da produção, distribuição e consumo de narcóticos na América Latina. Este artigo pretende explorar as noções e implicações da figura de Pablo Escobar do seu carácter transnacional, a fim de compreender os procedimentos narrativos na construção da personagem e as paisagens simbólicas que moldam a sua imagem. A figura de Pablo Escobar é realçada devido ao seu poder mediático e à sua contínua resignificação em discursos audiovisuais fictícios através de ideias, valores e práticas culturais em constante transição. Para atingir o objectivo desta investigação, são apresentados elementos teóricos que permitem o estudo de Pablo Escobar a partir de um contexto audiovisual e outras formas artísticas, numa perspectiva interdisciplinar enquadrada nos Estudos Latino-Americanos.

Palavras-chave: Filme personagem, Pablo Escobar, Cultura Narco, Estética, Netflix,

LISTA DE IMÁGENES

TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Ficha técnica <i>Narcos</i> (Netflix 2015)..... | 21 |
| Tabla 2. Programas más vistos en la televisión privada..... | 32 |

FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1. Características generales del estereotipo de la protagonista de la telenovela clásica..... | 41 |
| Figura 2. <i>Narcos</i> vs <i>El Patrón del Mal</i> : que empiece la batalla..... | 42 |
| Figura 3. Captura de pantalla. <i>Narcos</i> (2015) Personaje: Poison..... | 44 |
| Figura 4. <i>Narcos</i> da vida real: conheça o agente da DEA que ajudou a caçar Pablo Escobar..... | 45 |
| Figura 5. Niegan actrices de serie “narcos” glorificar problema o a involucrados..... | 46 |
| Figura 6. Restaurantes y bares que están inspirados en narcos famosos..... | 50 |
| Figura 7. Tabaco <i>El Patrón</i> | 51 |
| Figura 8. Hinchas de Lech intimidaron a jugadores con una imagen de Pablo Escobar..... | 51 |
| Figura 9. Pablo | 53 |
| Figura 10. Pablo II..... | 54 |

| | |
|---|----|
| Figura 11. La muerte de Pablo Escobar (1999). Fernando Botero. Museo de Antioquia..... | 55 |
| Figura 12. <i>"Pablo Escobar muerto"</i> (2006). Fernando Botero. Museo de Antioquia... | 56 |
| Figura 13. Juan Pablo Fajardo. El Doctor (1998)..... | 56 |
| Figura 14. La resurrección de Pablo (2018) Luis Caldas..... | 57 |
| Figura 15. Cocainenomics..... | 62 |
| Figura 16. Netflix usa capas de grandes jornsais para divulgar Narcos. (2016)..... | 63 |
| Figura 17. Narcos (BRANCATO 2015) Episodio 1 Capitulo 1. Descenso..... | 67 |

ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN | 12 |
| 1.1 Objetivos, metodología, justificativa | 14 |
| 1.2 Metodología de la investigación | 15 |
| 1.3 Presentación general..... | 17 |
| 1.4 Narcos Netflix (2015)..... | 18 |
| CAPÍTULO 2. NARCOVIOLENCIA, CULTURA Y SOCIEDAD..... | 22 |
| 2.1 Fuerzas operantes en la Narcocultura | 23 |
| 2.2 Procesos culturales entorno a lo narco..... | 26 |
| 2.3 Significado y condición del poder económico, social y cultural del narcotráfico | 29 |
| CAPÍTULO 3. LECTURAS AUDIOVISUALES DE LA NARCO VIOLENCIA..... | 31 |
| 3.1 Representación audiovisual de la narcoviolencia desde la narcoestética | 34 |
| 3.2 Estereotipos audiovisuales del tráfico de drogas y sus protagonistas | 38 |
| 3.3 Resignificaciones de Pablo Escobar en música, televisión, pintura, arquitectura y en la cultura popular..... | 47 |
| CAPÍTULO 4. SERIE NARCOS (NETFLIX 2015): CONFIGURACIÓN DEL COMERCIO GLOBAL EN RELACIÓN A PABLO ESCOBAR..... | 60 |
| 4.1 El personaje cinematográfico..... | 64 |

| | |
|---|-----------|
| 4.2 Análisis del personaje cinematográfico de Pablo Escobar en la serie Narcos..... | 71 |
| CONCLUSIONES..... | 75 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 77 |

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

La representación de Pablo Escobar a través de las pantallas de cine y televisión es un punto clave para reflexionar sobre el fenómeno del narcotráfico y sus implicaciones sociales en la región. En este sentido, el estudio de las producciones audiovisuales que abordan elementos propios de la narcocultura hacen reflexionar sobre la configuración de imaginarios sociales, que han permitido que se globalice el personaje de Pablo Escobar como una figura representativa de los carteles de la mafia latinoamericana, y que sea entendida “como un producto cultural” (SANTOS, 2016, p.10) y una mercancía de la industria del entretenimiento.

Esta representación audiovisual será analizada desde una perspectiva cultural, que busca dar explicación a los sistemas interrelacionados de procesos sociales, históricos, semióticos y mediáticos que participan en la configuración multidimensional del personaje Pablo Escobar.

Esta investigación tiene por objetivo analizar algunas representaciones simbólicas, artísticas y culturales que se han dado entorno a la figura de Pablo Escobar y la construcción de este como personaje cinematográfico de la serie para televisión digital cerrada *Narcos*, adordándolo desde conceptos como la narcocultura, con el fin de reflexionar sobre los paisajes simbólicos que configuran la imagen de Pablo Escobar como producto mediático. Buscando una definición alternativa al termino narcocultura que ayudara a comprender el conjunto de producciones materiales y simbólicas que han sido representadas en las narrativas audiovisuales a través de personajes como Pablo Escobar, haciendo una revisión teórica, audiovisual y artística de las manifestaciones culturales en torno a Pablo Escobar.

Esta investigación se encuadra en el Programa de Post-Graduación Interdisciplinar en Estudios Latinoamericanos (PPG-IELA) de la Universidad Federal de la Integración Latinoamericana, UNILA, y su línea de investigación Tránsitos Culturales, como una propuesta que privilegia los diálogos y los procesos intermediáticos en contextos artísticos, culturales e históricos a través de una perspectiva transcultural.

Considerando que “las ficciones audiovisuales se presentan como fuentes y expresiones del momento histórico social que reproducen [...]” (RAZUK, 2018, p.14) funcionando como agentes de transformación social y convirtiéndose en motor

de la industria audiovisual para la captación de todo tipo de públicos audiovisuales.

Al situar el personaje de Pablo Escobar como una figura de importancia dramática, social y simbólica convertida en ícono cultural, se infiere que su representación está supeditada a códigos narrativos y lenguajes propios de los medios masivos de comunicación hegemónicos que han construido discursos fronterizos en torno a las complejidades sociales derivadas de la producción y comercialización de drogas.

Puesto que, “la cultura producida por el fenómeno del narcotráfico se naturaliza y populariza con mayor profundidad al ser llevada a las grandes masas por medio del cine y la televisión” (PARDO, 2018, p.405). Sin embargo, estas representaciones del mundo narco ya se habían expandido en los campos de la literatura, el periodismo y las artes en general desde principios de 1990. Producciones más recientes como la serie para televisión cerrada *Narcos* dan cuenta de ello, pues la configuración de los personajes antagónicos no solamente está ligada a los aspectos físicos y psicológicos de los narcotraficantes de la época; sino también a las características materiales e inmateriales que los representa.

El conjunto de esas características pueden ser analizadas por medio de los estudios culturales, en los que prima “ la producción simbólica de la realidad social latinoamericana, tanto en su materialidad, como en sus producciones y procesos” (RIOS, 2002, p. 2).

Pensar la imagen de Pablo Escobar conlleva necesariamente a tener un punto de partida transversal e intermediático a muchas de sus representaciones visuales y simbólicas, que se mantienen presentes por medio de “signos de vinculación con los contextos históricos, los conflictos culturales, las relaciones de poder y el universo del espectador” (LEÓN, 2005, p.10). Hechos que llegaron a ser importantes en la sociedad colombiana de los años 90 del siglo pasado y que se establecieron como un proceso socioeconómico relacionado a dinámicas alternativas propias de la acumulación de riquezas al margen del orden político, jurídico y social establecido (SANTANA, 2004, págs.8-9).

Mas allá de ese imaginario, la construcción de este personaje plantea al mismo tiempo, el uso constante de marcadas ambivalencias que se exhiben a lo largo de las temporadas en las que aparece el personaje de Pablo Escobar. En este contexto, el personaje se constituye como un esquema simbólico-cultural diferente y hasta contradictorio que se nutre desde diferentes espacios; no sólo el

cinematográfico y televisivo, sino también desde otros igual o menos mediáticos como la música popular, la arquitectura, la moda o el arte callejero que han hecho de la imagen de Pablo Escobar un personaje seductor y excesivamente romantizado.

Esta investigación adopta una perspectiva cualitativa que utiliza diversas fuentes de información: materiales audiovisuales, bibliográficos, periodísticos, musicales, visuales y literarios que establecen el corpus de estudio; y que al mismo tiempo presentan dimensiones analíticas que abarcan desde: el contexto de la nacionalidad del autor, el análisis del personaje cinematográfico y los estudios culturales, realizando una reflexión en torno a la definición de términos asociados al narcotráfico, con el propósito de explicar la narcocultura como un proceso de producciones humanas representadas a través del cine y la televisión.

1.1 Objetivos, metodología, justificativa

Por medio de la comprensión e interpretación de los puntos anteriormente expuestos es necesario establecer como propuesta metodológica una investigación de tipo cualitativo, por medio de la cual se analiza cómo se construye el personaje de Pablo Escobar en la serie *Narcos*, y en otros escenarios no mediáticos, teniendo como base las dimensiones culturales y las reinterpretaciones sociopolíticas que conforman esta representación audiovisual.

En este sentido, la configuración del personaje de Pablo Escobar como objeto de estudio será analizada a través de los estudios culturales que contribuyen a identificar algunos rasgos que participan en la caracterización audiovisual y ficcional de Pablo Escobar en la serie y en otros formatos. Dado que, este personaje confluye con manifestaciones y acontecimientos sociales y culturales ligados a la historia colombiana de la segunda mitad del siglo XX tergiversados por los medios de comunicación.

Por tanto, el objetivo general de esta investigación es analizar algunas representaciones simbólicas, artísticas y culturales que se han dado entorno a la figura de Pablo Escobar y la construcción del mismo cómo personaje de ficción en la serie para televisión digital cerrada *Narcos*, abordándolo desde perspectivas sociopolíticas como la narcocultura, con el fin de reflexionar sobre los paisajes simbólicos que configuran la imagen del personaje y su éxito comercial.

Ese análisis en torno a la reconfiguración sociopolítica y narcocultural del personaje tiene como objetivos específicos: definir por medio de elementos conceptuales el tipo de género audiovisual al cual pertenece la serie narcos y su relación con obras audiovisuales de la misma temática. Por otra parte, explicar cómo se configura el personaje de Pablo Escobar desde una perspectiva cinematográfica, teniendo en cuenta los elementos que lo componen y estableciendo las características que hacen de una serie como Narcos un fenómeno mediático. A su vez definir algunos aspectos de carácter estético que sirven de base para explicar la incidencia del narcotráfico en manifestaciones artísticas, comerciales, gastronómicas y económicas en que la imagen de Pablo Escobar funciona para intereses comerciales.

1.2 Metodología de investigación

La propuesta metodológica de esta investigación fue diseñada desde una perspectiva cualitativa que tiene por objeto de estudio el personaje de Pablo Escobar en la serie Narcos y en otras producciones estéticas que ayudan a comprender algunas manifestaciones políticas, económicas y artísticas producto del narcotráfico en determinadas regiones de Latinoamérica y el mundo. Brigitte Adriaensen (2016, p.11) señala que la popularidad de este tipo de narrativas de temática narco, pueden explicarse a través del interés académico que estas producciones han suscitado, puesto que, no solo centra su atención en el cine y la televisión, sino también, indaga el papel que ha tenido la música o la literatura en la narcocultura.

En consecuencia, el análisis teórico sobre la reconfiguración de Pablo Escobar como mercancía cultural, se basa en los estudios audiovisuales de autores como Omar Rincón (2013, p.1) quien, cuestiona la forma de representación de la narcocultura en diferentes espacios mediáticos de la región, y hace un análisis del narcotraficante por medio de sus características funcionales, fisiológicas y psicológicas que ayudan a explicar el éxito comercial de esas narrativas en el mercado audiovisual.

También se analizan plataformas digitales, medios de comunicación, prensa escrita y modelos de marketing que influyen directamente en las estrategias comerciales y narrativas usadas por Netflix para la realización y posicionamiento de

la serie Narcos; esto con el fin de articular los estudios culturales, que han visto la televisión como un medio en constante cambio y han arrojado aportes a la materia. Por otra parte, se hace referencia a los estudios televisivos que han logrado agrupar cuatro campos de estudio: análisis de audiencias y recepción, análisis histórico, análisis institucional y el análisis textual, que sirve como herramienta para conocer cómo las ficciones cinematográficas se presentan según su forma, su contenido, su estética y su autoría (CORNEJO, 2016 págs. 14-15).

Esta investigación se realiza a partir de fuentes primarias de información como materiales audiovisuales y bibliográficos realizados sobre la serie Narcos y la representación de Pablo Escobar como personaje mediático. También, apropia consideraciones conceptuales sobre la definición del término narcocultura, como un apéndice de las relaciones de poder culturales y sociales que hacen parte de una cosmovisión que se ha configurado en América Latina. Como lo señala Ordoñez, (2012) en las prácticas que se crean en torno a las dinámicas económicas y sociales ligadas al narcotráfico; tomando como referente las dimensiones analíticas que propone Héctor Abad Faciolince (1995) sobre la estética del narcotráfico en producciones literarias y audiovisuales, que dan sustento teórico a este tipo de narrativas.

Esta propuesta metodológica surge de mi posicionamiento crítico como colombiano frente a los acontecimientos políticos y sociales que se han dado en Colombia en las últimas décadas en el marco de la guerra contra las drogas y la creciente preocupación por analizar las lógicas de la narcocultura a nivel visual, narrativo y teórico.

Definido este modelo metodológico, es posible aplicar el esquema teórico propuesto por Casetti y Di Chio (1998) en el que se propone una descomposición del personaje cinematográfico como objeto de estudio. Esta metodología posibilitará la articulación del personaje de Pablo Escobar en función de su representación audiovisual, bajo las características propias de su naturaleza y sus motivaciones. Es decir, “un análisis textual” (CASSETTI y DI CHIO, 1998, p.17), con el fin de descomponer y recomponer el personaje para conocer su funcionamiento dentro de la narrativa audiovisual.

Este modelo permite identificar rasgos particulares en la construcción narrativa y algunos de sus elementos fundamentales: el personaje, la acción y el

conflicto, que al ser entrelazados dan lugar a la estructura dramática de la serie.

1.3 Presentación general

Narcos se enmarca en el tradicional drama policial (realizado desde hace tiempo por la industria audiovisual norteamericana) en la que se establece una interesante novedad al género; donde se mezclan la realidad con la ficción (STEWART, 2016) presentando la historia de Pablo Escobar de manera ficcional pero recurriendo al uso de formatos y narrativas propias de la prensa, la radio y la televisión que registraron y documentaron parte del accionar criminal de Pablo Escobar y otro grupo de mafiosos; aclarando al espectador que los hechos son ficticios y si hay algún parecido con la realidad es coincidencia.

La serie está narrada desde la perspectiva del agente de la DEA, Steve Murphy (Boyd Holbrook) quien junto a su compañero, Javier Peña (Pedro Pascal) son enviados a investigar al reconocido narcotraficante, Pablo Escobar, (Wagner Moura) cabeza visible del naciente Cartel de Medellín. La serie plantea una propuesta narrativa basada en las alianzas de diferentes sectores sociales con el narcotráfico para acceder al control político y territorial de las regiones donde se procesa la cocaína; acontecimientos narrados de forma ficcional ocurridos antes, durante y después del nacimiento de los carteles del narcotráfico en Colombia.

Este tipo de narrativas habían sido estudiadas desde 1990 teniendo como base el contexto histórico colombiano y su relación directa con la ética y estética del narcotráfico. El escritor Héctor Abad Faciolince se refirió a estas producciones con el término de Sicaresca; que sirvió para describir las producciones literarias como *“Rosario Tijeras”* (FRANCO, 2000) o *“La Virgen de los Sicarios”* (VALLEJO, 1994) y cinematográficas como *“Rodrigo D. No Futuro”* (GAVIRIA, 1990) en las cuales priman la “estética mafiosa de la ostentación” y “una tremenda moda literaria paisa que revela no la pobreza de nuestra narrativa sino la de nuestra realidad” (FACIOLINCE, 1994)¹. La Sicaresca hace una crítica a la escala de valores de esa clase social conformada por mafiosos y narcotraficantes que se identifican con lo estridente, lo ruidoso y lo suntuoso.

En este sentido “la gran riqueza repentina de la mafia permitió la

¹Este artículo es fiel copia del publicado por el periódico El Tiempo: Lo Último de la Sicaresca Antioqueña. Julio 10 de 1994. Rescatado de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-167131> accedido e 4 de Ene. De 2022.

explosión del exhibicionismo del dinero, la ostentación de los objetos, el gigantismo, la estridencia, el apogeo de la plata como valor supremo” (FACIOLINCE, 1995). Muchas de esas narrativas son inspiradas en historias y personajes reales como Pablo Escobar, Joaquín “ El Chapo” Guzmán o Griselda Blanco. Confirmando la tendencia televisiva y cinematográfica de tematizar las consecuencias del narcotráfico a nivel social (ROCHA, 2018) y en el que la representación mediática del narcotráfico, permitió la visibilización de sectores de la sociedad que no habían sido representados hasta ese momento (SOTOMAYOR, 2014, p. 18).

Para el 2018² las representaciones audiovisuales de Pablo Escobar en las producciones audiovisuales del mundo superaban la docena, es decir, el famoso narcotraficante y uno de los hombres más ricos del mundo en su época, se convertía en el personaje favorito de productores y estudios cinematográficos que llevaban su historia a la pantalla grande o chica o al menos le hacían mención. En este sentido es importante resaltar que, el personaje de Pablo Escobar es tan importante para plataformas como Netflix que después de 7 años del estreno de *Narcos*, la serie aún se mantiene en el catálogo virtual de la plataforma, compitiendo con producciones de la misma temática³ mucho más actuales, demostrando su importancia dentro del mercado de la industria audiovisual.

1.4 *Narcos* (Netflix 2015)

El 28 de agosto de 2015 el proveedor de contenidos digitales vía streaming, Netflix, en alianza con Gaumont International Televisión; brazo americano de la productora francesa Gaumont Televisión presentan al mundo la serie para televisión paga, *Narcos*. Creada por Chris Brancato, Carlo Bernard y Doug Miro y en la producción ejecutiva de Eric Newman, José Padilha y Chris Brancato, compuesta hasta ahora por tres temporadas de 10 capítulos cada una y dirigida por una veintena de directores; entre los que se destacan los brasileños José Padilha y

² <https://www.sensacine.com.mx/album/album-18561989/>

³ *Breaking Bad* (2008 *High Bridge Entertainment Gran Via Productions Sony Pictures Television*) Pablo Escobar: el patrón del mal (*Caracol Televisión 2012*) *Peaky Blinders* (BBC 2013) *El Chapo* (*Story House Entertainment y Dynamo Producciones para Univisión y Netflix 2017*) *How to Sell Drugs Online (Fast)* (*Bilundtonfabrik 2015*) *Dealer* (*Netflix 2021*) Rosario Tijeras (*TV Azteca Sony Pictures-Teleset 2016*) Señores de la droga (ITNProductions 2018) *Sobreviviendo a Escobar: Alias JJ* (*Caracol TV 2018*) *El cartel de los sapos: el origen* (*Caracol TV 2021*) *Narcos: México* (*Netflix 2020*) *Cocaine Cowboys: Los reyes de Miami Top Boy* (*DocuSerie Netflix 2021*).

Fernando Coimbra; el mexicano, Guillermo Navarro; y el colombiano, Andrés Baiz; protagonizada por Wagner Moura (Pablo Escobar) Boyd Holbrook (Steve Murphy) y Pedro Pascal (Javier Peña) quienes centran su historia en el ascenso y descenso de la reconocida figura criminal de Pablo Escobar Gaviria.

Narcos fue pensada “como un producto transnacional para una audiencia mundial, con un equipo de producción y un grupo de actores de distintos países de América Latina y Estados Unidos” (AMAYA y ALLENDE, 2017, p.25), demostrando que, el personaje de Pablo Escobar puede ser narrado, personificado y ambientado desde cualquier latitud del mundo sin importar las fronteras geográficas, simbólicas o lingüísticas.

La serie hace “un esbozo del poder estatal colombiano entremezclado con sobornos, amenazas y muertes [...] de la guerra de Escobar contra el Estado colombiano” (BARRERA y ARREDONDO, 2019, p.326). Ese es uno de los elementos narrativos más importantes de la serie, pues es “el choque de fuerzas más antiguo y próximo a la humanidad: el mal derrotado por el bien, el orden que se impone sobre el caos” (CAPPELLO, 2011, p.152).

La importancia de la serie radica principalmente en su narrador; pues este presenta los hechos como si fuese testigo directo buscando “aproximar al espectador los hechos relatados según la interpretación de quien estuvo dentro del conflicto” (ROCHA, 2018, p.27). No obstante, la elección de un narrador en primera persona corresponde a una estrategia comercial para alcanzar un número mayor de públicos; teniendo en cuenta el riesgo asumido por la producción al dotar la serie de subtítulos para atraer a públicos estadounidenses, latinos y europeos.

Narcos está construida bajo la lógica de la narrativa policial, que la llena de dinamismo, plasticidad y acentúa sus tópicos y marcas registradas: la sangre, la pólvora, el disparo certero, el vértigo, la sensación de peligro, el efecto sorpresa, la peripecia física (CAPELLO, 2011, p.152) que conectan al espectador con la experiencia audiovisual que ofrecen este tipo de series.

En ese juego entre historia y ficción la serie no solo exhibe la producción, distribución y tráfico internacional de drogas, sino también, presenta la lucha egocéntrica entre personajes antagónicos que no están dispuestos a ceder en la búsqueda del poder que los enfrenta; pues, operan bajo formas arbitrarias y violentas que progresan sustancialmente conforme se desarrolla la historia y en cuyo caso convierten a Pablo Escobar en pilar fundamental de la serie, relegando a los

personajes principales a un segundo lugar. Paradójicamente “este melodramático juego de opuestos opera también como recurso de representación de relaciones estratégicas” (AMAYA y ALLENDE 2017, p.28) entre los países que disputan los territorios geográficos y simbólicos de la producción y la comercialización de cocaína.

Otro recurso llamativo de la serie, es su justificación narrativa por medio de la figura literaria del realismo mágico para validar el accionar de las mafias y los carteles de la droga, haciendo una interpretación difusa de la vertiente literaria, pues minimizan las características de ese movimiento literario y lingüístico describiéndolo de la siguiente manera “El realismo mágico se define. Como un entorno realista y detallado. Que se ve invadido por algo. Tan extraño que resulta increíble. No por nada. El realismo mágico nació en Colombia” (BRANCATO, 2015).

La serie hace una reconstrucción ficticia de hechos que acontecieron en Colombia a finales del siglo XX, periodo en el cual el narcotraficante Pablo Escobar le declara la guerra al Estado colombiano. Narcos utiliza como herramientas narrativas: los saltos temporales, la edición rápida y los conflictos supeditados por las políticas mundiales de la guerra contra las drogas y la violencia desencadenada por esta problemática. Planteando una reconstrucción no solo visual, sino también simbólica, lingüística, arquitectónica y hasta musical de los escenarios de la época; destacando las atmósferas y las estéticas propias de ese periodo de tiempo y que se van transformando conforme pasan los acontecimientos históricos que plantea.

Tabla1. Ficha Técnica *Narcos* (Netflix 2015)

| | |
|-------------------|---|
| Narcos | 2015-2017 |
| Género | Drama Narcotráfico |
| Creador | Chris Brancato, Eric Newman |
| Protagonistas | Wagner Moura, Boyd Holbrook, Pedro Pascal |
| Música | Pedro Bromfman |
| Tema principal | Tuyo (compuesto por Rodrigo Amarante) |
| País de origen | Estados Unidos |
| Localización | Bogotá, Medellín, Estados Unidos |
| Idioma(s) | Inglés y Español |
| Temporadas | 3 |
| Episodios | 30 |
| Producción | Empresas productoras Dynamo Producciones Gaumont International Televisión |
| Dirección | José Padilha Chris Brancato, Eric Newman |
| Distribución | Netflix |
| Duración capítulo | 50 minutos |
| Primera emisión | 28 de agosto de 2015 |
| Última emisión | 1 de septiembre de 2017 |

Fuente: Elaboración del autor. 2022

CAPÍTULO 2. NARCOVIOLENCIA, CULTURA Y SOCIEDAD

Históricamente el narcotráfico ha sido estudiado a través de las ciencias sociales, las relaciones internacionales y la seguridad nacional; estas ramas de estudio se han encargado de analizar el funcionamiento del narcotráfico como un producto de las relaciones económicas, políticas y sociales de determinadas comunidades. Al mismo tiempo, examinan cómo se ha organizado en estructuras capaces de tener dominio y control territorial por medio del uso de la violencia armada para garantizar la operatividad del negocio dentro y fuera de las zonas de consumo, tránsito y procesamiento de la droga. Sin embargo, ese análisis no se puede limitar a las relaciones entre el Estado, las instituciones y los ciudadanos; sino también a factores culturales que hacen posible que esas relaciones sean representadas a través de diferentes manifestaciones artísticas.

La representación del narcotráfico en el cine y la televisión “corresponde a las prácticas de ver el mundo en que se procesan los modos como vemos lo que vemos, bajo la agencia de cuestiones socioculturales, impresas en esa experiencia.” (ROCHA, 2018, p.108) es decir, en cómo concebimos y comprendemos una construcción cultural. En este caso particular, las construcciones ligadas al fenómeno del narcotráfico y el proceso de acumulación de capital donde “la demanda de drogas y sus enormes ganancias se convierten en el factor determinante que estimula e impulsa el narcotráfico latinoamericano” (SANTANA, 2004, p.9).

Sin embargo, el marco histórico que suscita esta discusión no solo se centra en la década de los años 80 del siglo pasado, donde la guerra contra el narcotráfico reaparece en la agenda del gobierno norteamericano y los países de la región andina, en la cual hubo un incremento de los presupuestos militares para contrarrestar el avance del negocio de la marihuana y la cocaína (ÁLVAREZ, 2015 *apud* EMMERICH, 2015, p.15).

La lucha contra las drogas y contra el cultivo de la mata de coca no era un tema nuevo en la agenda política de los Estados Unidos, dado que, a principios del siglo XX este país se embarcó en su primera guerra contra la cocaína “equiparando la planta de coca con el narcótico; castigando su distribución y su venta” (WILSON y ZAMBRANO, 1995, págs.7-8) en los países que se cultivaba, procesaba, exportaba y consumían sus derivados.

La cocaína pasó a convertirse en un negocio transnacional ligado a dinámicas y lógicas propias de un sistema financiero ilegal y clandestino de organizaciones empresariales en las que participaban y participan “políticos, policías, militares, empresarios, artistas, etc.” (SANTANA, 2004, p.10) con la única finalidad de alcanzar nuevos mercados y cuyo propósito central era la exportación de sus productos a los países del llamado primer mundo.

2.1 Fuerzas operantes en la narcocultura

Para entender y conceptualizar el fenómeno del narcotráfico es preciso abordar este tema desde una perspectiva política, social y económica que entienda este negocio como un fenómeno de asociación de varios sectores de la sociedad y como un problema que ha traspasado las fronteras nacionales, donde se legitima el uso de la violencia y la promoción de valores éticos y estéticos apoyados en la idea del consumismo desenfrenado como resultado del capital económico, cultural, social y simbólico (RINCON, 2013). Puesto que, la violencia como una de las tantas consecuencias relacionada al narcotráfico es ejercida por medio de los actores legales, asociados al Estado e ilegales asociados a las mafias y organizaciones criminales.

Dichas fuerzas operan a través de la capacidad de control territorial y control epistémico ejercido no solo en territorios y comunidades rurales, sino también en los grandes centros urbanos, donde las mafias actúan como una economía criminal que coexiste y se entrelaza con la economía formal legal y la informal no ilícita; impactando el tejido social por el uso e instrumentalización de la violencia (OVALLE, 2011) mientras el Estado actúa, criminalizando, estigmatizando y persiguiendo a los sectores sociales marginalizados de ese conflicto.

El narcotráfico como crimen transnacional “ha alcanzado dimensiones que afectan la economía y la geopolítica mundiales” (RAZUK, 2018, p.9) y se ha consolidado en las agendas políticas de países como Colombia, donde los mercados de producción, tránsito, consumo, lavado de dinero y precursores químicos comenzaron a generar grandes sumas de dinero. Es decir, el negocio del narcotráfico se configuró con un objetivo común “el tránsito de droga con destino a consumidores exteriores y el tránsito de droga con destino a consumidores interiores” (EMMERICH, 2015, págs.40-41). Esto significa que el narcotráfico se

especializa y muta de acuerdo con las necesidades globales del mercado.

Sin embargo, para conceptualizar la narcoviencia dentro del vasto conjunto de intercambios sociales, elementos simbólicos, reglas y comportamientos pertenecientes a este tipo de prácticas; es necesario conocer los sistemas de operación del narcotráfico y analizarlos desde las cadena de producción, distribución y consumo; esto con el fin de establecer las dimensiones geopolíticas, económicas, sociales y culturales que ha alcanzado este negocio.

Pese a las políticas en contra de la producción y el tráfico de droga, países como Colombia presentan un índice de crecimiento alarmante en hectáreas de matas de coca sembradas y cocaína procesada⁴, haciendo que el país sea señalado como el principal productor de cocaína del mundo⁵ y dejando de lado otras problemáticas que acarrea el narcotráfico y el consumo de drogas, por ejemplo, la militarización y financiamiento de las mafias por terceros legales, la sistematización de la violencia, los sobornos y las extorsiones o la tipificación del consumo como delito y no como problema de salud pública.

Aunque organizaciones internacionales como la Comisión Interamericana para el Control de Abuso de Drogas (CICAD), la Secretaría de Seguridad Multidimensional (SSM) y la Organización de los Estados Americanos (OEA) subrayan la importancia de “una responsabilidad común y compartida al formular políticas de drogas.”⁶, estas acciones no son suficientes para contrarrestar la problemática resultante de la venta de estupefacientes.

Segun Emmerich (2015, p.25) “las drogas son un problema de salud pública, de marginación social, de exclusión y de desigualdad de ingresos.” Que hacen cuestionar el papel del Estado en la sociedad y se desarrollan bajo ciertas lógicas de mercado. Es decir, “mientras que la mafia con una lógica de poder se concentra en el campo de la extorsión y protección, el narcotráfico con una lógica de

⁴ Este artículo es copia fiel del publicado por el canal de televisión por suscripción France 24: Producción de cocaína en Colombia sigue en cifras récord, reporta Washington. Marzo 6 de 2020. Rescatado de <https://www.france24.com/es/20200306-produccion-coca-colombia-cifras-record-reporta-washington> accedido el 17 de Sep. de 2020.

⁵ Este artículo es copia fiel del publicado por Noticias RCN: Colombia sigue siendo el mayor país productor de coca en el mundo: ONU Junio 25 de 2020. Rescatado <https://noticias.canalrcn.com/nacional/colombia-sigue-siendo-el-mayor-pais-productor-de-coca-en-el-mundo-onu-359013> accedido el 18 de Sep. de 2020.

⁶ Informe sobre el consumo de drogas en las Américas, 2019 / Comisión Interamericana para el Control del Abuso de Drogas. Rescatado de <http://www.cicad.oas.org/main/pubs/Informe%20sobre%20el%20consumo%20de%20drogas%20en%20las%20Am%C3%A9ricas%202019.pdf> accedido 18 de Sep. de 2020

mercado lo hace sobre todo en el comercio de marihuana, cocaína y heroína” (KRAUTHAUSEN, 1994, p.112).

Cabe resaltar que el narcotráfico (aunque parezca ilógico) contribuye de diferentes maneras a la expansión y generación de empleos directos e indirectos, ya que se constituye y se desarrolla como una empresa nacional y transnacional que se ajusta a las lógicas de los mercados legales, es decir “todos los sectores económicos pero sobre todo el comercio de bienes y servicios, se benefician por las ampliación de la demanda de consumo masivo” (KAPLAN, 1996, p.221).

Kaplan (1996) agrega que, existe un número considerable de grupos y sectores sociales que sacan provecho de ello, por ejemplo: campesinos, laboristas, transportistas, representantes de narcotraficantes en Estados Unidos, mulas o hombres y mujeres correo que llevan la droga en vuelos comerciales, sicarios, abogados, contadores y empleados que satisfacen las demandas de narcotraficantes, políticos, gobernantes, administradores, jueces, funcionarios aduaneros y fiscales, policías y militares inmiscuidos en el negocio. El autor incluso apunta (personalmente considero esto muy discutible) que “intelectuales, comunicadores, periodistas, escritores, profesionales de las ciencias humanas y sociales, expertos en relaciones públicas, para la defensa y apología del narcotráfico y sus jefes” (KAPLAN, 1996, p.221). A esa lista se debe sumar la problemática que trae consigo el “lavado” o “blanqueo” de dinero que funge pieza clave en la estructuración y la reproducción ampliada del tráfico y sus ramificaciones.

Es decir, el narcotráfico como fuerza que se opone al Estado, opera de manera indirecta en sectores políticos y económicos de la sociedad, siendo representado a través de narcocorridos, narconovelas, narcoseries y todo tipo de producciones enmarcadas en las estéticas narco que las industrias culturales han sabido vender.

De esta forma el narcotráfico se ha involucrado en todas las actividades locales a tal punto de llegar a imponer “un código cultural propio” (KRAUTHAUSEN, 1994, p.115) con influencia en los poderes políticos, económicos e ideológicos del Estado. En este sentido, la escritora y periodista María Jimena Duzán (2022) apunta que “el contubernio con el narcotráfico fue mucho más profundo en Colombia, y no solo se dio en el bajo mundo, sino en las más altas esferas del poder”.⁷ Duzán

⁷ María Jimena Duzán. Los Patrones de la Guerra. Mafialand Cap. 2 https://www.youtube.com/watch?v=DgP72PL_NiU consultado el 26 enero de 2022

coincide con Kaplan (1996) al decir que el narcotráfico es un fenómeno muchísimo más complejo y difícil, pues llegó a convertirse en narrativa oficial debido al desproporcionado crecimiento económico del país. Es decir, la economía producto del narcotráfico se transformó a tal punto que llegó a permear todas las estructuras de la sociedad colombiana.

En consecuencia, la glamurización del narcotráfico empezó a ser visible a través de la televisión y el cine, pues empezó a hacer parte de los procesos sociales y culturales “ no pretendemos referirnos a los instrumentos de dicha cultura sino a la cultura misma. Los narcocorridos, las películas, los videojuegos, el modo de hablar, la vestimenta, etc.” (EMMERICH, 2015, p.28).

En otras palabras, tanto el cine como la televisión han contribuido a representar esas relaciones existentes entre diferentes sectores de la sociedad, pues a través de las pantallas es posible reflexionar sobre cómo el Estado y el narcotráfico han entrado en continuo contacto. Producciones como *Narcos* ofrecen un panorama a través del cual es posible ver de manera irreal como funciona el fenómeno del narcotráfico en su conjunto, pues ofrece un punto de vista sobre las dimensiones de dicho fenómeno. Es decir, el análisis de las narco narrativas puede generar puntos de vista subjetivos en torno a la naturaleza del poder y la violencia allí expuesta y busca una correspondencia de carácter simbólico entre lo legal e ilegal.

Es decir, la estética narco y la narcocultura se desarrollan como fenómenos culturales dentro de un contexto histórico específico, que se ha ido posicionado a nivel mediático a través de series televisivas, películas y programas de televisión que pueden llegar a moldear los sistemas de valores y creencias de determinados grupos humanos.

2.2 Procesos culturales en torno a lo narco

El ser humano se ha visto en la necesidad de crear y satisfacer las necesidades por medio de la transformación de la materia de tipo natural o de tipo sintético, logrando de este modo entablar un diálogo de significación lingüística y simbólica. Desde este contexto, las transformaciones sociales y culturales también han sido representadas visualmente a través de la pintura, la escultura, la arquitectura, el teatro, el cine, la televisión, entre otras.

Antiguamente algunas expresiones artísticas estaban destinadas a un selecto grupo de las élites de la época; desde monarcas religiosos, hasta las grandes élites de la Europa buscaban en el más amplio sentido de la palabra, poseer cultura, pues esta ofrecía arraigo y pertenencia, así mismo “surgió como un concepto necesario durante el proceso de secularización, porque el término «cultura» se utilizó en el sentido de producción y creación humana [...] (MIGNOLO, 2005, p.22).

En consecuencia, con el nacimiento del Estado moderno en el siglo XVIII, el concepto de «nación» reemplazó a la «religión» y surgió un nuevo tipo de comunidad imaginaria. Es decir, la noción de «cultura» contribuiría a dar nombre al conjunto de representaciones y creaciones enmarcadas en la unidad nacional y la homogeneidad del Estado-nación. Por consiguiente, la lengua, la literatura, los símbolos patrios y la historia, comenzaron a generar identidad y pertenencia.

No obstante, la evolución de los procesos sociales junto con la evolución del capitalismo y sus efectos en la industria cultural, hicieron que los procesos comunicativos iniciados en el diálogo y mediados por la memoria se convirtieran en novedosos sistemas de comunicación de masas; en lo que revistas, magazines, fotografías, radio, cine, televisión, y la era digital se convirtieron en expresiones de las culturas urbanas y las sociedades de consumo que producirían nuevas apropiaciones. “Em síntese, a comunicação massiva deu início a um processo que estava destinado a se tornar cada vez mais absorvente: a hibridação das formas de comunicação e de cultura” (SANTAELLA, 2005, p.11).⁸

En este sentido, la globalización de la información como mecanismo de difusión de aspectos culturales como las estéticas narco, muestran que existe una interpretación política por parte de las industrias culturales ante el origen histórico del narcotráfico en América latina. Sin embargo, al abordar esta temática como un conjunto de representaciones simbólicas inmersas dentro de un componente cultural, es preciso redefinir los aspectos históricos que dieron origen a estas prácticas. Un ejemplo de ello es la representación política que hacen el Estado y los medios de comunicación sobre el fenómeno del narcotráfico a través de la legitimación del enemigo común (el narcotráfico) en la producción literaria, cinematográfica y televisiva de un país.

⁸ “en síntesis, la comunicación masiva dio inicio a un proceso que estaba destinado a tornarse cada vez más absorbente: la hibridación de las formas de comunicación y de cultura” Traducción del autor.

Es decir, la representación del fenómeno narco hizo que a principios de los años 90 del siglo pasado se le conociera a estos productos literarios y cinematográficos con el nombre de *Sicaresca*, término dado en 1994 por Héctor Abad Faciolince a las producciones literarias y cinematográficas colombianas en las que se representan personajes asociados al sicariato y la pobreza producto de la violencia del Cartel de Medellín y las desigualdades sociales. En consecuencia, la *Sicaresca* muestra “una Medellín espantosa y real, terrible y despiadadamente cierta”.⁹

Sin embargo, esas representaciones estaban presentes en el imaginario popular a través de la televisión y la industria cinematográfica Hollywoodense bajo un sistema de operatividad e identificación bien definida. Alonzo Salazar (1991, p.1) apuntaba que “las características personales para ejercer la profesión de sicario que nos vendía en décadas pasadas la televisión eran bien definidas”. Pues eran representaciones de asesinos elegantes, anónimos y millonarios que iban por el mundo ejecutando personas y desaparecían con total discreción. Es decir, “la llamada cultura de masas desempeñó un papel importantísimo en la creación de identidades nacionales” (YÚDICE, 2008, p.3) posteriormente dramatizadas en el panorama social colombiano y sus modelos de representación. Esa configuración de identidades mediadas a través de los formatos audiovisuales “no puede negar los conflictos a través de los cuales las clases populares construyen su identidad” (BARBERO, 1982, p.61), puesto que, registros documentados de la época hacían de personajes como Pablo Escobar figuras públicas.

Al situar estos contextos y enfrentarlos en el terreno representativo de un narcotraficante como Pablo Escobar, se evidencia su importancia simbólica en la llamada narcocultura. Constatando que, el capo del Cartel de Medellín ha pasado de ser una construcción simbólica idealizada de nuestro pasado, a convertirse en un icono pop y una mercancía cultural, que explica parte del proceso cultural en la proliferación de elementos simbólicos que representan la narcocultura.

En una entrevista realizada para el diario argentino Pagina 12, el analista de medios y escritor colombiano Omar Rincón, afirma que

Las series y telenovelas de este tipo se miran porque es una posibilidad catártica para el televidente de cualquier país de echarle una mirada a ese

⁹ Este artículo es copia fiel del publicado por el diario El Tiempo: Lo Último de la Sicaresca Antioqueña. Julio 10 de 1994 Rescatado de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-167131> accedido el 6 de septiembre de 2020

mundo extraño, pero atractivo del narco, sacando el voyerista y colocándolo a gozar conociendo ese mundo prohibido y excesivo. Se mira para escandalizarse, pero también para reconocerse.¹⁰

Es por esto que la imagen de Pablo Escobar y muchos otros narcotraficantes se ha convertido en funcional para cualquier tipo de interés comercial, porque “representa la entrada en escena de la nueva cultura popular, (...) esa que cuenta que el narco es el nuevo privilegio, la nueva forma de “superación” y revanchismo social”.¹¹ Del mismo modo la periodista Elizabeth Reyes opina que, la imagen de Escobar contrasta con la de su hijo “que utiliza la imagen del capo y desde entonces vende camisetas estampadas con documentos que pertenecieron a su padre”,¹² afianzando la idea del poder comercial detrás de la imagen del fallecido narcotraficante.

2.3 Significado y condición del poder económico, social y cultural del narcotráfico

Mucho se habla respecto al poder económico del crimen organizado y del narcotráfico en países productores y comercializadores de cocaína y las repercusiones socioculturales que pueden evidenciarse en todo el mundo, tanto así que

La mayor parte de los beneficios del tráfico internacional son finalmente percibidos y retenidos en los Estados Unidos y otros países desarrollados de alto consumo; son lavados, depositados en bancos o canalizados hacia inversiones y propiedades en aquéllos o en los paraísos fiscales de terceros países (KAPLAN, 1996, p.222).

Por otra parte, dimensionar el problema del narcotráfico como un elemento que filtra y coarta las estructuras sociopolíticas de la región es sin lugar a dudas una de las más complejas características que se constituyen en este tema. Según informes oficiales de la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC) asegura que existe un incremento de personas que consumen drogas mayor al 30% en 10 años, y a su vez asevera que el 5,5% de la población mundial ha consumido o consume algún tipo de sustancia ilegal (UNODC, 2019,

¹⁰ Este artículo es copia fiel del publicado por Página 12: “Entrevista: Omar Rincón analiza el fenómeno de las narconovelas”. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/8-31672-2014-03-23.html> Accedido en 19 de Jul. 2019.

¹¹ Este artículo es copia fiel del publicado por Pagina 12: “Entrevista: Omar Rincón analiza el fenómeno de las narconovelas”. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/8-31672-2014-03-23.html> Accedido en 19 de Jul. 2019.

¹² REYES, E. (2014) La polémica marca de Pablo Escobar. El País, 6. Ene. 2014. Recuperado de https://elpais.com/internacional/2014/01/06/actualidad/1389045922_228103.html accedido 10 de May. 2019

p.9).

El fenómeno del narcotráfico emergió como una expresión económica alternativa en donde la demanda de drogas actúa como su elemento motor. Sin embargo, existe una contraparte al mercado de la cocaína manifestado a través de las políticas de seguridad y las incautaciones de cocaína. O sea, las incautaciones se deben a dos posibles consecuencias; por una parte, pueden indicar que “la cantidad de cocaína disponible para el consumo ha aumentado más lentamente que la fabricación.” (UNODC, 2019, p.12). O que existe una mayor demanda de la droga en países consumidores.

Por otra parte, estas dinámicas asociadas a la oferta y demanda de drogas generaron inevitablemente manifestaciones de violencia, debido a los más de 30 años de la lucha contra las drogas, “a partir de este período, esta se caracterizó por estar altamente concentrada en la lucha contra la cocaína y la marihuana y estar localizada físicamente en los países fuente” (EMMERICH, 2015, p.28) logrando relocalizar los focos conflictivos de este negocio en diferentes zonas del continente.

Informes oficiales intentan explicar las problemáticas que surgen en relación a la oferta y demanda de drogas en el mundo entero, teniendo en cuenta que

Por su naturaleza política el narcotráfico es territorial, monopólico, estable y coactivo. O sea que imita el comportamiento estatal. Esto supone afirmar que la violencia no siempre está presente. Cuanto más político es el comportamiento del narcotráfico habrá menos violencia aparente, porque se logró estabilizar el control territorial (EMMERICH, 2015, p.28).

Es decir, cuando entran en disputa el control territorial y epistémico de las regiones y las comunidades que allí habitan, mayores son los crímenes asociados a estas dinámicas. Por ejemplo, informes oficiales presentan cifras en las cuales “las Américas son la región más violenta del mundo” (RETTBERG, 2020, p.3).

Finalmente Angelika Rettberg (2020) apunta que, Latinoamérica no es la región con los índices de violencia más elevados del mundo, sino que también es la única en la que los índices nunca descienden llegando a la conclusión de que América Latina es la única región donde la tasa promedio de homicidios anuales ha ido en aumento desde los años noventa.

CAPÍTULO 3. LECTURAS AUDIOVISUALES DE LA NARCOVIOLENCIA

La violencia como instrumento narrativo de la ficción y sus personajes es utilizada para remarcar intereses que se han establecido históricamente en el campo simbólico y social. La violencia ha sido manejada por medio de reglas, límites y códigos, que vinculados al campo de las narrativas audiovisuales colombianas han superado más de una veintena de producciones, enlazadas al tema narco y sus implicaciones políticas, sociales y culturales como “otro producto transnacional del narcotráfico” (ADRIAENSEN, 2016, p.11) incluidas en todo tipo de manifestación estética.

En este sentido la producción de telenovelas y melodramas para la televisión privada colombiana logró posicionar el tema del narcotráfico como una novedosa forma política de explicar esta problemática argumentada a través de la glamurización de la violencia a través de la narcoestética, en la que se ofrece una idea de seguridad nacional en manos de los organismos de control del Estado y sus aliados.

A continuación se presenta un cuadro informativo con algunas de las producciones colombianas con esas características,¹³ desde el 2008 hasta el 2015, donde el tema narco puede ser interpretado como un subgénero derivado de la “telenovela tradicional latinoamericana” (ARMENTA, 2017, p.11) que se consolidó como una exaltación estética de la narcocultura colombiana y mexicana. En un contexto más amplio, la televisión ya conocía personajes criminales que tenían el control de territorios urbanos por medio del uso de la violencia desenfrenada.

¹³ Programas más vistos en la televisión privada. Este listado excluye otras producciones de temáticas diferentes, el autor hace un repaso por aquellas producciones ligadas al narcotráfico en los que están directamente relacionados aspectos ligados de una u otra forma a la narcocultura y la narcoviolencia <http://www.ratingcolombia.com/p/producciones-mas-vistas.html> (accedido el 16 de septiembre del 2021)

Tabla 2. Programas más vistos en la Televisión Privada.

| CANAL DE TV | PROGRAMA | AÑO |
|--------------------|----------------------------|------------|
| CRC | Escobar, el patrón del mal | 2012 |
| CRC | El Cartel | 2008 |
| CRC | Sin tetas no hay paraíso | 2006 |
| CRC | Las muñecas de la mafia | 2009/20010 |
| RCN | El capo (T1) | 2009/20010 |
| RCN | La mariposa | 2012 |
| RCN | Tres Caínes | 2013 |
| RCN | El capo (T2) | 2012/2013 |
| CRC | La Reina del Sur | 2011 |
| RCN | El capo (T3) | 2014 |
| RCN | Correo de inocentes | 2011/2012 |
| RCN | Alias El Mexicano | 2013/2014 |
| CRC | La viuda negra | 2014/2015 |

Fuente:<http://www.ratingcolombia.com/p/producciones-mas-vistas.html> (consultado el 16 de septiembre del 2021)

Un ejemplo de ello es la serie *The Sopranos* (CHASE, 1999) que llegó a convertirse en un hito cultural y un éxito de los canales de cable pagos "(...) sin embargo, la conquista de esta serie iría mucho más allá del número de su audiencia y tendría un gran impacto cultural" (STEWART, 2016, p.2), a tal punto que, parafraseando a la misma autora: cambiaría la narrativa de las series americanas. *The Sopranos* sumergió al público en una atmósfera violenta en torno a las crisis personales del personaje principal, sin dejar de lado la importancia dramática de quienes lo rodean, colocando la figura del antihéroe moralmente cuestionable como un referente de la industria televisiva americana.

Es tan significativa la interpretación y la construcción del personaje de Anthony Soprano que llegó a considerarse como una versión renovada de final de siglo del renombrado personaje Vito Corleone creado por Mario Puzo en la novela *El Padrino* (1969) posteriormente llevada al cine por el director Francis Ford Coppola

(VORUZ, 2013, p.11)

Similitudes visuales y narrativas se volvieron obvias en producciones para cine y televisión que representan a este tipo de organizaciones criminales, pues la construcción de estos personajes mayoritariamente masculinos utiliza una serie de herramientas arquetípicas y estereotípicas similares en la que se destacan los personajes regularmente machistas y violentos que adquieren el control de territorios y grupos por medio del uso sistemático de diferentes tipos de violencia.

La violencia como medio narrativo se estableció como representación de objetivos políticos del mundo narco, o sea “[...] uno relacionado con el control de la población contenida en su territorio y otro vinculado a las estrategias estatales para combatirlo.” (EMMERICH, 2015, p.16) Tanto así, que series como *Narcos*, presenta de manera ficcional las estrategias que utilizaría el gobierno de los Estados Unidos para la desarticulación del Cartel de Medellín y el Cartel de Cali.

Pero el asunto de la mafia y de lo narco va más allá, pues en el imaginario global de la historia del cine, el crimen organizado al igual que la violencia, se han configurado bajo una serie de parámetros que establecieron formas narrativas y argumentativas de estos contenidos que ofrecen miradas subjetivas ideológicas, moralizantes, y/o de denuncia.

Renato Venturelli (2012) expone una serie de características sobre el origen de la relación entre criminales y detectives. El autor apunta que este tipo de historias se hicieron populares en Estados Unidos a inicio de 1920 a través de libros, películas y noticias. Esto precisamente en el momento en que Hollywood estaba adaptándose al cine sonoro y elaborando una nueva codificación de los géneros cinematográficos. Por tanto, esas primeras películas, constituyeron el escenario perfecto para que las producciones hicieran del criminal un personaje narrativamente atrapado en la soledad, con rostro marcado por las expresiones de fiereza, que se desarrollan bajo unas lógicas propias del mundo criminal. En el campo de las series para televisión se han desarrollado y creado estilos narrativos hiper violentos y han sumado a sus narrativas (al igual que en el cine) temas de orden social; como el racismo, la salud pública, la economía, el tráfico y consumo de drogas, o temas históricos bélicos y épicos con un gran despliegue visual de violencia explícita.

Actualmente, la violencia audiovisual es más acrobática, pornográfica y espectacular, pues dejó de actuar como parte del argumento y pasó a convertirse en

una forma narrativa donde sus imágenes son desproporcionadas en cuanto a su contenido y en la que “queda despojada de cualquier connotación antropológica, y se reduce a algo “epidérmico”, meramente coreográfico y carente de verdadera entidad dramática. Es una violencia sin significado” (ORELLANA, 2007, p.95). Que en el campo de las Ciencias Sociales se establece como una forma “de coerción que imponen relaciones de dominación y explotación” (ZIZEK, 2009,p.20) presente en las relaciones humanas y en sus formas simbólicas.

Varios son los tipos de violencia; hay de tipo *subjetiva* o aquella que se encuentra en cada uno de los agentes sociales: instituciones, grupos o asociaciones y que desencadenan otros dos tipos de violencia. Por una parte, la *simbólica* propia de la imposición de sentido por medio del lenguaje y sus formas. Y la *sistémica*, entendida como las consecuencias que se dan dentro del marco del funcionamiento de los sistemas económicos y políticos (ZIZEK, 2009).

No obstante, la representación de la violencia en las producciones audiovisuales realizadas bajo el fenómeno de la narco-cultura son desarrolladas “[...] principalmente en Colombia y México por ser las dos naciones americanas donde el problema del narcotráfico ha azotado más profundamente [...]” (ARMENTA, 2017, p.12). La autora afirma que este tipo de narrativas se han derivado no solo en el campo audiovisual sino también en la literatura y en la música donde este universo ha sido retratado con bastante fidelidad, en la que los medios de comunicación han sacado provecho de su mercantilización.

Puesto que “su éxito en Latinoamérica se deriva de la cercanía a la realidad que relata y, sobre todo, de la crudeza con la que se trata el tema y las consecuencias que conlleva pertenecer a esta mafia”. (ARMENTA, 2017, p.113).

3.1 Representación audiovisual de la narcoviencia desde la narcoestética.

Que las noticias del día pongan en la palestra las sanguinarias represalias contra la respuesta no esperada (colgados, decapitados; encajuelados; deslenguados; encobijados; entambados; embolsados; desmembrados) no apaga la ambivalente mirada de quien teme y condena la fiereza del capo, pero admira su autogobierno y su ascenso social (CHRISTIANSEN, 2014, p. 32)

La estética narco se configura desde el complejo escenario de las relaciones humanas y sobre un contexto marcado por la cultura ligada al fenómeno del narcotráfico y sus transformaciones a lo largo del tiempo, al igual que en las

múltiples formas de violencia simbólica, estructural y directa que ejercen los actores sociales vinculados a esas prácticas

Las violencias subjetiva y objetiva no pueden percibirse desde el mismo punto de vista, pues la violencia subjetiva se experimenta como tal en contraste con un fondo de nivel cero de violencia. Se ve como una perturbación del estado de cosas «normal» y pacífico. Sin embargo, la violencia objetiva es precisamente la violencia inherente a este estado de cosas «normal». La violencia objetiva es invisible puesto que sostiene la normalidad de nivel cero contra lo que percibimos como subjetivamente violento. La violencia sistémica es por tanto algo como la famosa «materia oscura» de la física, la contraparte de una (en exceso) visible violencia subjetiva. Puede ser invisible, pero debe tomarse en cuenta si uno quiere aclarar lo que de otra manera parecen ser explosiones «irracionales» de violencia subjetiva (ZIZEK, 2009, P. 10).

En este sentido, la violencia que se desarrolla en relación al narcotráfico obedece a condiciones: económicas, políticas y socioculturales que cambiaron con el creciente fenómeno del narcotráfico desde 1970 particularmente en Latinoamérica. Este tipo de situaciones ligadas a la ofensiva de la “guerra contra las drogas” sumergieron a sectores sociales altamente vulnerables a ser blanco de las represiones del Estado y de las organizaciones al margen de la ley. Este tipo de situaciones poco a poco fueron convirtiéndose en modos de narrar y permitieron reconstruir el mundo de los narcotraficantes por medio de fragmentos y piezas encontradas en la investigación periodística, el testimonio ficcionado y la libre creación (SOTOMAYOR, 2014, p.13).

No obstante el concepto de representación audiovisual aquí presente es una variante de “el concepto de representación social [...] utilizado como categoría de análisis para comprender diversos fenómenos sociales, pero en este caso se considera que resulta útil para desentrañar las implicaciones sociales y culturales del narcotráfico” (OVALLE, 2005, p.128).

La narcoviencia debe ser entendida como el conjunto de prácticas violentas que cumplen una función de control y dominio político, económico y social a través del uso indiscriminado de la violencia: física, simbólica y estructural. La narcoviencia debe ser analizada como parte de las cargas históricas que se desarrollan consecuente y paralelamente a las actividades del fenómeno del narcotráfico y que actúa principalmente en territorios y regiones donde existe la elaboración, producción y distribución de drogas.

Al referirse a la narcoviencia, el discurso la presenta como si se aludiera a una esencia inmodificable (y no a una forma específica de construir la

definición del problema). Tratar la narcoviencia como un “sustantivo” hace relucir nuestra reiterada tendencia a “cosificar” las definiciones que usamos para ordenar y entender las realidades sociales en las que estamos inmersos. (CHRISTIANSEN, 2014, p. 31).

En consecuencia, la representación audiovisual de la narcoviencia se ha caracterizado por retratar aspectos y formas culturales de cada región tomando como referencia aspectos simbólicos y materiales: acentos, jergas, tecnologías, lugares donde se vive, códigos y normas sociales que se emplean en relación a lo narco. Christiansen (2014) establece que, entre el mundo de la legalidad y la ilegalidad, la narcocultura opera de maneras similares, pues el derroche, la transgresión, el incumplimiento de la norma y el machismo son compartidos.

En el caso colombiano, la representación de la narcocultura y la narcoviencia surgen “desde la estereotipación de la realidad colombiana delimitada a un momento histórico muy particular y exportada a otros escenarios (SOTOMAYOR, 2014, p.30), en esas narrativas sobresale la búsqueda de dinero por medio de la trampa y el rompimiento de la ley por medio de una estética donde se resaltan: las armas, los autos de lujo, las mujeres como objetos de ostentación, y heroísmos de la paralegalidad (RINCÓN, 2013, p. 7).

La narcoviencia es el reflejo del uso indiscriminado de la fuerza por parte de agentes del Estado y de grupos al margen de la ley, es el desplazamiento forzado y la relación del narcotráfico y el silencio de los medios de comunicación, también son los animales salvajes sacados de su hábitat natural puestos en jardines y zoológicos privados, es una “ideología legitimadora de sus acciones que, lejos de negar o encubrir sus actividades ilícitas, le permite aceptarlas y justificarlas plenamente” (OVALLE, 2005, p. 124).

Sin embargo, la narcoviencia en las pantallas del cine y la televisión va más allá, pues es una estética que no se limita a representar las acciones realizadas por personajes como Pablo Escobar, El Chapo Guzmán, Gliselda Blanco, Carlos Castaño o los Hermanos Rodríguez Orejuela; sino también son las narrativas inspiradas en la figura del capo, del sicario, las mujeres de la mafia o del traqueto.

Para dar cuenta de la complejidad que entraña la noción de narcocultura es imposible partir de una idea pragmática de la cultura, puesto que, reducir el significado de esta a las producciones simbólicas y materiales que venden los medios de comunicación puede conducir a conclusiones parciales y esquemáticas derivadas de la industria del entretenimiento (OVALLE, 2005, p.124). En el crisol

representativo de la estética narco, la narcoviolencia también se configura a través de múltiples facetas representadas a través de los vestuarios y sus cargas simbólicas: accesorios, colores y peinados que sirven para identificar esas epifanías propias de ese submundo que se conecta con lo estridente y con los placeres materiales.

Igual ocurre con el desarrollo de prácticas religiosas que hacen pensar, creer y suponer a los narcotraficantes y sicarios que algunos de sus ritos los ayudan a librarse de la muerte o que la práctica de “rezos” y “conjuros” realizados sobre sus armas y a sus balas harán que estas no fallen al momento de matar a sus enemigos.

Estas prácticas son realizadas igualmente en las cargas de cocaína; siendo encomendadas a santos y patronos populares como *Jesús Malverde*, o *María Auxiliadora*. En países como Colombia y México se “puede observar cómo, por causa del narcotráfico, la religiosidad ha ido evolucionando y dando a luz a nuevas prácticas transgresivas, como la reapropiación de lugares y elementos de la religión católica (OLESZKIEWICZ Y PERALBA, 2010, P.214).

Lo narco es una estética “una forma de pensar, es una ética del triunfo rápido, y un gusto excesivo, y una cultura de ostentación. Una cultura del *todo vale* para salir de pobre, una afirmación pública de que para qué se es rico sino es para lucirlo y exhibirlo” (RINCÓN, 2013, p. 3) que varía según la región y el contexto histórico; pues es la representación de un momento temporal específico. En este sentido Ovalle (2015) afirma que “las botas puntiagudas, las camisas a cuadros y los cintos pitados con grandes hebillas van siendo reemplazados por trajes Armani y camisas Versace. Los kilos de joyas se han convertido en un simple y discreto reloj marca Rolex” (OVALLE, 2015, p.135). Al su vez la narcoestética es:

El gusto por todo cuanto sea grande, ruidoso y estridente. Se exagera con lo foráneo y eso lleva a una estética de objetos, sobre todo arquitectónicos, puestos aquí solo para sorprender, y totalmente fuera de contexto; lo que no es genuino sino facsimilar: la pagoda china, el castillo medieval, la casa andaluza, el chalet suizo (con su techo ya listo a recibir la nieve de los trópicos) (FACIOLINCE, 1991, p. 1)

Las narconarrativas son productos ficcionales de la literatura, el cine, el teatro, el periodismo y la música “un género narrativo que expone de manera cruda los crímenes ligados al mundo del narcotráfico” (SANTOS, 2016, p. 10) construido a través del imaginario popular y en muchos casos con una profunda tergiversación de

los hechos históricos, dando como resultado una globalización de contenidos y representaciones de una especie de submundo ligado a la violencia y al tráfico de drogas.

3.2 Estereotipos audiovisuales del tráfico de drogas y sus protagonistas

Para hablar de la representación audiovisual de los personajes y de los estilos de vida del mundo narco y su proceso de mediatización es preciso decir que “lo narco es un crisol complejo lleno de matices, de modo que su destilación a través del lenguaje audiovisual es un cambio de estatuto de la realidad” (BLANCO, 2020, p.104) en el cual se configuran narrativas y estéticas inmersas en la cultura y en el imaginario popular. Es por esto que series como *Narcos* se convierten en éxito comercial, pues recrean las narrativas barriales, el voz a voz y en gran medida sintetiza en imágenes la memoria histórica de décadas de violencia regional y urbana; haciendo de ese conjunto de creencias, ideas, prácticas y valores una herramienta narrativa.

De esta manera muchos de esos relatos buscan explicar el fenómeno del narcotráfico y la narcoviencia desde una perspectiva oficialista enfocándose en los estereotipos del crimen organizado que refuerzan la idea hegemónica planteada en las políticas de la lucha contra las drogas. Las narconarrativas y el narcocine “término con el cual se suele referir a las películas sobre el narcotráfico generalmente de bajo presupuesto y escasa calidad, que en México se distribuyen únicamente en formato DVD” (ADRIAENSEN, 2016, p.13). Producciones que tienen como característica narrar los pormenores del tráfico de drogas y el morboso gusto por la violencia descarnada, el narcocine como subgénero “nace como reacción popular a las políticas restrictivas de Reagan” (BLANCO, 2020, p. 104). Sin embargo, la industria audiovisual hollywoodense ha narrado en detalle el inicio y el fin del tráfico de cocaína en los años 80 con películas como *Blow* (DEMME, 2001) o *El Infiltrado* (FURMAN, 2016) *Barry Seal: El traficante* (LIMAN, 2017) donde se narra cómo los Estados Unidos combaten la producción y la distribución de cocaína en países como Colombia y México .

Algunas producciones plantean una estética construida a través de archivos documentales, videos caseros y material periodístico del estilo de vida de narcotraficantes y mafiosos. Para Alzate y Cardona, (2021) el uso de este tipo de

material es clave para entender aspectos importantes en la construcción del personaje de Pablo Escobar en la serie Narcos, pues lo matiza a través de una serie de características que lo humanizan, y otras, que lo elevan a la categoría de héroe. Es por ello que la construcción del personaje de Pablo Escobar en Narcos es detallada, interesante y misteriosa: pues de entrada se presenta a un personaje definido por una sola motivación: el poder. Sumado a las características psicológicas que hacen de él un personaje situado entre el bien y el mal. Cabe recordar que la serie se rige bajo las características propias de la narrativa policíaca y bajo esa mirada la creación de los personajes corresponde al estereotipo que se tiene sobre estos, pues,

El estereotipo aparece, como un objeto transversal de la reflexión contemporánea en las ciencias humanas, y no siempre es considerado en su aspecto negativo. Atraviesa la cuestión de la opinión y el sentido común, de la relación del uno con el otro y de la categorización. Permite estudiar las interacciones sociales, las relaciones de los discursos con los imaginarios sociales y, en términos más amplios, la relación entre el lenguaje y la sociedad. (AMOSSY y HERCHSBERG, 2020, p.11).

La palabra estereotipo adquirió una connotación más esquemática a partir de 1920, convirtiéndose en centro de interés para las ciencias sociales, pues sirvió para designar las imágenes mentales que influyen en la relación del ser humano con lo real.

Conviene subrayar que el término ha variado en sus tentativas de definición y aplicación; pues pasó de ser una creencia sobre los individuos, grupos y objetos que responden a apreciaciones nuevas de cada fenómeno a imágenes preconcebidas, sumarias y tajantes de las cosas y seres que influyen el medio social y determinan la manera de pensar, siendo asociada a una forma abstracta, reduccionista y prejuiciosa para clasificar a personas por sus atributos personales o sociales.

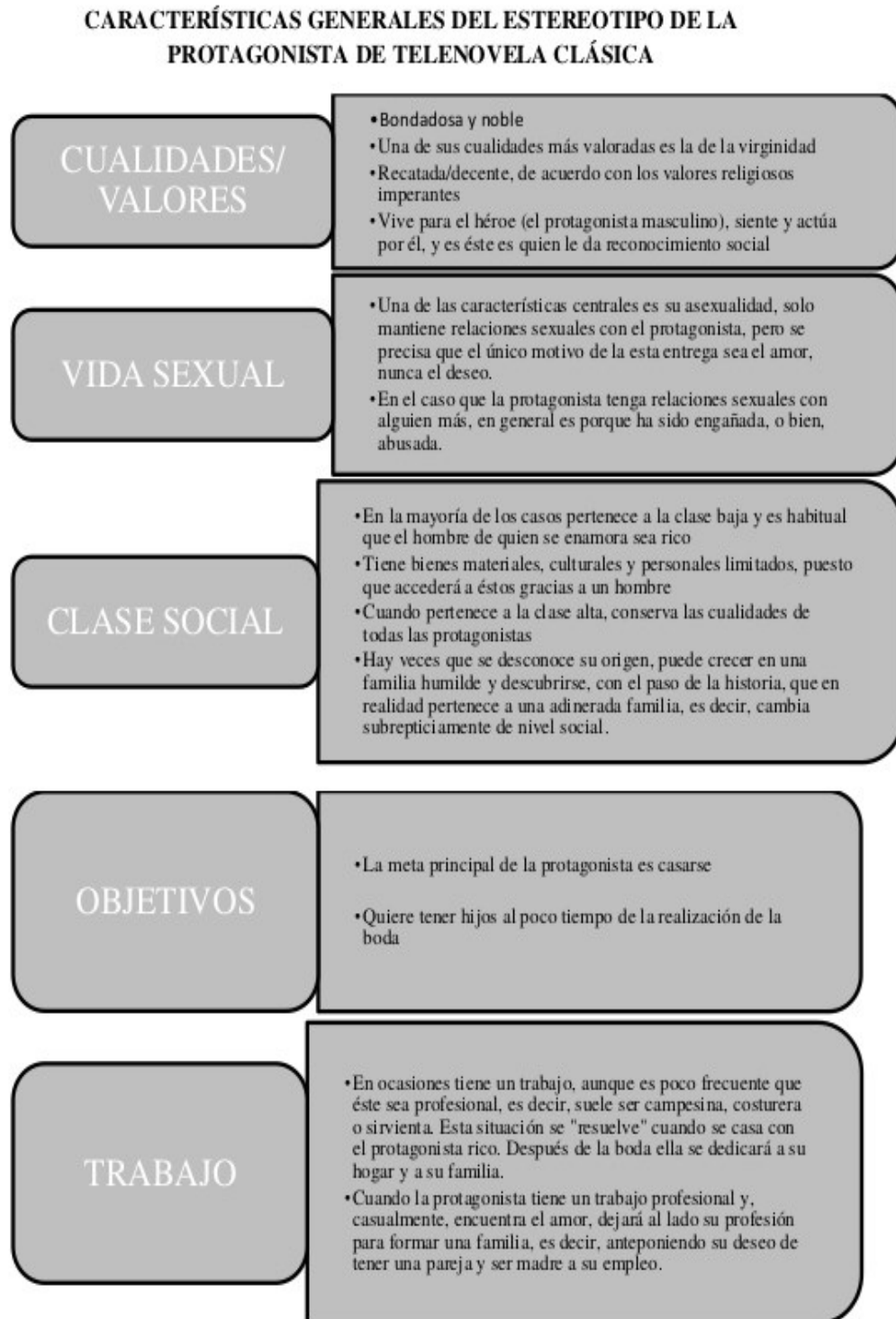
No obstante, los estereotipos enmarcados desde las estructuras narrativas de la telenovela clásica latinoamericana son reproducidos y contruidos a través de las relaciones de poder y la identidad de género. Por ejemplo, la industria televisiva mexicana, colombiana, brasileña y venezolana reprodujeron estereotipos que determinaban las diferencias que tenían existir entre hombres y mujeres. Algunas de esas producciones asignaban al hombre el papel de la independencia, la lógica, la actividad física, la ambición y la confianza; mientras que a las mujeres se

les ha atribuido la dulzura, la locuacidad, el interés por la apariencia o la necesidad de seguridad (PÉREZ y LEAL, 2017, p.172). Es decir, imágenes y representaciones estereotipadas de mujeres mestizas, pobres, “sin ningún tipo de educación” que se guían bajo estrictas normas éticas y sociales, que están a la espera de un hombre adinerado, de apariencia bondadosa que las rescate y les dé una vida mejor.

Para Armenta (2017, p. 42) “los personajes de la telenovela son planos, sin profundidad ni complicación psicológica, y en la medida en que son portadores de valores fijos que definen el mundo en el que actúan”. Karina Armenta realiza un análisis teórico sobre la evolución de los estereotipos femeninos a través de las telenovelas y las series de temática narco escogidas para su tesis doctoral, estableciendo una serie de características de estos en la telenovela clásica latinoamericana.¹⁴

¹⁴ ARMENTA, 2017, p. 54) Tabla tomada de la autora, basada en los textos de los autores referenciados en el subcapítulo 1.7 Evolución del estereotipo femenino en las telenovelas colombianas y mexicanas.

Figura 1. Características generales del estereotipo de la protagonista de la telenovela clásica.



Fuente: "Narcotelenovelas: la construcción de nuevos estereotipos de mujer en la ficción televisiva de Colombia y México a través del retrato de una realidad social" Karina Armenta

La autora, hace un análisis de cómo se constituyen algunos estereotipos masculinos de las narco telenovelas atribuyendo determinado tipo de funciones según la escala de poder que estos representan. En primer lugar, coloca a los jefes

del narcotráfico conocidos como *capos*, que pueden ser llamados en el contexto regional colombiano como *patrón, jefe o señor*; hombres millonarios y poderosos que manejan el negocio del tráfico de drogas de manera violenta y sin escrúpulos con sus contrincantes, son narcotraficantes con un gran número de trabajadores que supervisan el negocio a nivel local y extranjero.

La estética de estos jefes de la mafia latinoamericana es bien diversa, algunos capos pueden vestir camisetas de algodón tipo polo y tener una apariencia sencilla, un ejemplo de ello puede ser *Pablo Escobar* en *Pablo Escobar El patrón del mal*, (Caracol TV, 2009) o el personaje de *Pablo Escobar* de la serie *Narcos* (Netflix, 2015) estos personajes por ejemplo, visten de manera simple y no hacen alarde de su poder económico.

Figura 2. NARCOS VS EL PATRON DEL MAL: QUE EMPIECE LA BATALLA.



Fuente: <https://deliriorandom.wordpress.com/2016/10/17/narcos-vs-el-patron-del-mal-que-empiece-la-batalla/>

En *Narcos*, Pablo Escobar siempre lleva camisetas tipo polo o camisas de rayas, pantalón de jean y tenis; incluso en el episodio 3: *Los hombres de Siempre*, de la primera temporada, Pablo Escobar consigue llegar a la Cámara del Congreso de la República y estando allí le es negada la entrada por no contar con las normas de ética que dicta ese lugar.

Otros personajes como *Braulio Bermúdez* de *Las muñecas de la mafia* (Caracol TV, 2019), o *Aurelio Casillas* de *El señor de los cielos* (Argos Televisión, 2013), usan camisas decoradas o de satín muy llamativas y brillantes, algunos de estos personajes usan botas tipo vaquero, cadenas de oro y relojes costosos. Personajes como *Martín González* de *El Cártel* (Caracol TV, 2008) son elegantes, discretos, usan trajes sin corbata, camisas blancas, o pantalones con camisetas de tonos oscuros (ARMENTA , 2017, p. 115).

La representación de las relaciones de pareja de los jefes del narcotráfico, están marcadas por los romances fuera del matrimonio; la infidelidad es una constante de estos personajes, sus amantes suelen ser reinas de belleza, modelos, periodistas o mujeres que ejercen la prostitución.

Más abajo se encuentran los secuaces y servidores del narcotraficante o los “*hombres al servicio del narco*” (ARMENTA, 2017, p.116). Son “la mano derecha” de los jefes, conocen sus rutinas diarias, sus gustos, regularmente son quienes organizan su esquema de seguridad y son su ejército personal. Estos secuaces suelen ser mucho más violentos que sus jefes; son sanguinarios y actúan bajo sus órdenes directas. Son machistas, les gustan la vida nocturna, el alcohol y frecuentan lugares donde es ejercida la prostitución. Son derrochadores de dinero y quieren parecerse a su jefe. Dentro de sus funciones está la organización de correos humanos que llevan y transportan la droga y muchas veces cuidan de los negocios de los jefes a nivel nacional e internacional.

Figura 3: Captura de pantalla. Narcos (2015) Personaje: Poison



Fuente: Narcos (2015)

Un escalón más abajo se encuentra “*La representación de la ley*”, personajes que actúan desde la legalidad que tienen como obsesión dar captura a los narcotraficantes; son policías, agentes de la DEA, ministros de Justicia, presidentes o periodistas; personajes amparados en la ley y respaldados por las agencias federales de los Estados Unidos o los países en los que se desarrollan las historias.

En Narcos, por ejemplo, los personajes que asumen la persecución de Pablo Escobar, son los agentes de la DEA, Steve Murphy y Javier Peña. La *voz off* del agente Murphy es la encargada de narrar, reconstruir, describir y explicar lo que pasa en la historia. Son personajes éticamente cuestionables, tramposos, asesinos y se mantienen como el polo positivo de la historia. Su misión es dismantelar el negocio de las drogas sin importar las consecuencias o lo que pase a su alrededor.

Figura 4. Narcos da vida real: conheça o agente da DEA que ajudou a caçar Pablo Escobar.



Credit: Courtesy of Netflix

Fuente: <https://noticias.r7.com/internacional/fotos/narcos-da-vida-real-conheca-o-agente-da-dea-que-ajudou-a-cacar-pablo-escobar-29092015#/foto/7>

Estos personajes juegan un papel importante en estas producciones, pues son quienes ayudan a las autoridades a debilitar o desmantelar las organizaciones criminales.

Personajes como el coronel Waldemar Franklin Quitero (El patrón del mal, 2009-2012, Caracol TV), quien dedicó gran parte de su vida a la captura de Pablo Escobar; al Ministro de Defensa Guillermo Holguín que en *El capo* (2009, RCN), tiene como principal objetivo capturar al narcotraficante Pedro Pablo León Jaramillo, (...) el agente de la DEA 51 Sam Mathews (*El cártel*, 2008-2010, Caracol TV), quien persigue afanosamente a Martín González (ARMANTA, 2017, p.118)

Por último, el rol de las mujeres objeto: *las chicas prepago, muñecas del narco y reinas de belleza del narco*, estereotipo sumamente importante para el desarrollo de los personajes masculinos. Mujeres hipersexualizadas por su estado físico construido a través de implantes de silicona o cirugías plásticas, son representadas de forma romántica y seductora, que utilizan su belleza como una herramienta para lograr sus objetivos. Estos personajes no superan los 25 años de edad y trabajan en el mundo del modelaje, las pasarelas o el periodismo; muchas de ellas son asociadas como objetos de valor que deben ser exhibidos como lujos del narcotraficante.

Figura 5. Niegan actrices de serie “narcos” glorificar problema o a involucrados



Fuente: <https://atiempo.tv/entretenimiento/niegan-actrices-de-serie-narcos-glorificar-problema-o-a-involucrados/>

Están también los y las empleados de servicio que guardan silencio ante las autoridades. También están las mamás de los narcotraficantes que apoyan y actúan de manera cómplice y los hijos que en muchos casos desconocen las labores de su padre, entre otras.

Estos estereotipos latinoamericanos surgen de la estandarización de la imagen del gánster italiano-americano convirtiéndose en “un contrapunto (incluso estético) a la mafia italoamericana” (PÉREZ, 2020, p.105). Un ejemplo de ello es la relación que existe entre los mafiosos elegantes de películas como *El Padrino* (COPPOLA, 1972) y los mafiosos de apariencia desaliñada de películas como *Ciudad de Dios* (MEIRELLES, 2002) o *Sumas y Restas* (GAVIRIA, 2004). Para Héctor Tobar (2019), “el criminal del cártel —ya sea un capo, un sicario o un narcotraficante de poca monta— se ha convertido en la imagen dominante de los latinos en la televisión y el cine estadounidenses”¹⁵

¹⁵ Este artículo es copia fiel del publicado por <https://www.nytimes.com/es/2019/01/08/espanol/opinion/latinos-narcos-hollywood.html> El Padrino’ y la construcción del mito del mafioso. consultado el 06 de marzo de 2022

Los estereotipos de las producciones narco surgen como un proceso de elaboración profunda y detallada que incide en la evolución narrativa de las historias y son un recurso esencial para generalizar y reiterar atributos de algunos grupos sociales específicos. Es decir, funcionan dentro del universo de caracterización del personaje por medio de sus dimensiones físicas, psicológicas y sociales en las que importan rasgos como: color de piel, cabello, estatura, compleción y vestimenta; o a través de rasgos psicológicos y comportamentales. En estos personajes se pueden establecer ciertos patrones: los tonos en su lenguaje, el acento, el vocabulario y finalmente la interacción con su entorno social; o sea, el respeto a sus semejantes, el relacionamiento con familiares, amigos, parejas y enemigos.

Otra categoría es la del análisis biográfico, donde se analizan las motivaciones que llevan a esos personajes a tener determinado tipo de vida y los escenarios donde se desenvuelve (INZUNZA, 2013, p.172). La construcción de esos estereotipos está directamente ligada a aspectos de identidad de los países a los cuales hace referencia.

3.3 Resignificaciones de Pablo Escobar en música, televisión, pintura, arquitectura y en la cultura popular.

ya mataron a papá
 decía la gente llorando
 cerca de 100 mil personas
 al panteón la acompañaron...
 fueron 3 mil efectivos
 los que lograron cazarle
 16 meses huyendo
 era imposible escaparse
Los tigres del Norte Muerte Anunciada (Los dos Plebes 1994)

La imagen de los narcotraficantes colombianos y en especial la de Pablo Escobar ha servido como referente para la expansión no sólo del mercado audiovisual de temática narco, sino también de otras propuestas artísticas y comerciales que dan cuenta y ofrecen un panorama de lo que ha llegado a significar su cuestionable legado.

De modo que la serie aquí examinada mantiene una relación intertextual e intermediaria con numerosos productos culturales, en los que la mercantilización de la imagen del famoso narcotraficante y el desarrollo de la cultura producida por el fenómeno del narcotráfico se ha popularizado notablemente a través del cine y la

televisión, aunque ya se había expandido en los campos intelectual, artístico, literario y periodístico terminando los años ochenta. (PARDO, 2018, p. 405).

Pablo Escobar es una de las representaciones sociales más significativas de las últimas décadas. Es decir, la imagen de Pablo Escobar ligada a la categoría de narcocultura se convirtió en una forma de expresión estética y una forma de consumo determinada por las industrias del entretenimiento y por los procesos culturales dados en regiones como Colombia y México, donde el narcotráfico ha tenido una gran influencia mediática y económica.

En este sentido, desde el surgimiento de las narrativas y las propuestas artísticas de temática narco se han dado una serie de definiciones para entender y analizar este fenómeno cultural que atraviesa lo estético, lo narrativo y lo cultural. Autores como Héctor Abad Faciolince (1994) la denomina como *La Sicaresca* (1994) Omar Rincón (2009) la describe como *narcocultura y narcoestética* (2009), Santiago Rueda en su texto *“Una Línea De Polvo: Arte y Drogas en Colombia* (2009) explica cómo los aspectos más pintorescos de la cultura del narcotráfico en México hicieron parte de una exposición artística que tiene por nombre *narcochic naco chock* (2003) curada por Marco Granados y presentada en el Musée International des Arts Modestes, ubicado en Sète, población del sur de Francia.

Otras resignificaciones se han propuesto explicar el fenómeno de las narco estéticas dentro y fuera de los escenarios artísticos. Por ejemplo en el 2008 el columnista León Valencia afirmó:

Ha nacido el *narc déco*. Hay un eco francés en esta corriente criolla; también acá su influencia trasciende las artes y se afianza con una fuerza en la vida cotidiana. Pasa con fluidez de la literatura, la música y la arquitectura al cuerpo exuberante de las niñas de 15 años; se detiene juguetona en la pintura, avanza hacia la manera de vestir de los señores y descansa, por fin, en las salas de cine¹⁶

Y es que al igual que en la narcocultura, el *narc déco* celebra lo ostentoso y lo escandaloso; para su autor no es solo un arte decorativo que se centra en el diseño de interiores o en la construcción de edificios, sino que se da en el campo de la estética corporal de hombres y mujeres, en la modificación del cuerpo por medio de las cirugías estéticas, algo así como un arte que “se propuso moldear senos y

¹⁶ VALENCIA, L (2008) Narc Deco, Inadvertida revolución cultural. Este artículo es copia fiel del publicado por <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-4199745> consultado el 06 de mayo de 2022

culos, cincelar caderas y muslos, corregir labios y respingar narices” (VALENCIA, 2008, p.1).

En la narcocultura existe una clase de códigos estéticos visiblemente reconocidos “fachadas de portones griegos forradas de mármoles y enrejados dorados, carros estridentes y cuerpos de hombres engallados con oro y mujeres hinchadas de silicona.”¹⁷ En este sentido, la imagen de Pablo Escobar hace parte del campo estético de las sociedades latinoamericanas y mundiales; es decir, su modo de vida y su representación simbólica tomó innumerables formas y se convirtió en gusto popular presente en elementos y productos de la cotidianidad.

Por ejemplo, *Escobar e Restaurante*, localizado en Rio de Janeiro, o el *Bar Pablo Escobar* de República Checa¹⁸ y los restaurantes *Escobar* de Singapur y Barcelona, que, aunque poseen el mismo nombre pertenecen a personas diferentes.¹⁹ Lo mismo pasa con el Pablo’s Ecoburguers de Melbourne Australia, sirve hamburguesas con falsas líneas de cocaína y decora las mesas con dólares impresos con el rostro del conocido narcotraficante del Cartel de Medellín.

¹⁷ COBO, A (2008) La estética del narcotráfico. ESFERA PÚBLICA Este artículo es copia fiel del publicado por <https://esferapublica.org/nfblog/la-estetica-del-narcotrafico/> consultado el 14 de abril de 2022.

¹⁸ Narcos: conheça os bares inspirados em Escobar. Este artículo es copia fiel del publicado por: <https://www.produtosfinos.com.br/cevijas-artesanais/narcos-conheca-os-bares-inspirados-em-escobar/> consultado el 19 de marzo de 2022

¹⁹ MORTAGUA, C (2018) Polémica por restaurantes inspirados en Pablo Escobar: Este artículo es copia fiel del publicado por: <https://www.cocinayvino.com/actualidad-tendencias/tendencias/restaurantes-escobar/> consultado el 19 de abril de 2022

Figura 6. Restaurantes y bares que están inspirados en narcos famosos.

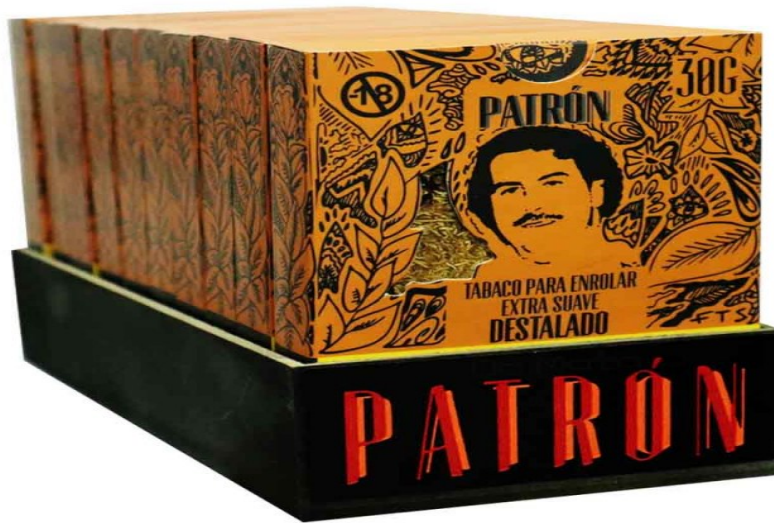


Fuente: <https://gobiznext.com/empresas/restaurantes-bares-estan-inspirados-en-narcos-famosos/>

En diferentes partes del mundo la imagen de Pablo Escobar ha servido para posicionar marcas de ropa, tabaco o barberías, pues el célebre narcotraficante se convirtió en una “especie de héroe, un ídolo, alguien con quien identificarse”²⁰. Bajo este punto de vista el célebre narcotraficante pasó de ser ídolo popular a un *ícono pop* presente en marcas de tabaco brasileño y banderas de seguidores de equipos de fútbol polacos.

²⁰ BERNAL , M (2019) LA GLORIFICACIÓN DE LA DELINCUENCIA Pablo Escobar: de narcotraficante a ícono pop Este artículo es copia fiel del publicado por: <https://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20190309/pablo-escobar-narcotraficante-icno-pop-7344092> Accedido en Abr 23 de 2022

Figura 7. Tabaco El Patrón



Fuente: <https://www.tabacariadamata.com.br/caixa-de-the-patron.html>

Figura 8. Hinchas de Lech intimidaron a jugadores con una imagen de Pablo Escobar.



Fuente: <https://co.marca.com/claro/futbol-internacional/otras-ligas/2020/07/05/5f023e2e268e3e07138b457f.html>

En Medellín, Colombia, existen empresas especializadas en realizar “tours” donde se sugieren dos puntos de vista sobre Pablo Escobar: por una parte el del hombre generoso que dio dinero para la construcción de barrios y polideportivos y por otra, el del narcotraficante despiadado que le declaró la guerra al Estado colombiano y a otros carteles del narcotráfico.

En estos tours se hacen visitas guiadas a antiguos lugares de residencia del extinto narcotraficante mientras un guía turístico ofrece una visión cronológica de los atentados, masacres y asesinatos perpetrados por el Cartel de Medellín. En el recorrido, los turistas pueden visitar la tumba de Pablo Escobar al igual que el barrio que lleva su nombre: *Barrio Pablo Escobar*; proyecto urbanístico financiado en 1984 por él mismo; estos recorridos incluyen la visita al museo *Pablo Escobar* y a la casa en la cual fue asesinado²¹.

No obstante, la forma de vida de Pablo Escobar y sus acompañantes se trasladó al plano social y estético de gran parte del país; pues el voz a voz de trabajadores y los registros documentales permitieron conocer sus modos de actuar, pensar, significar y comunicar; dejando en evidencia sus formas de vestir, sus modas, sus lujos y las extravagancias de esa nueva clase social compuesta por narcotraficantes, modelos de alta costura, reinas de belleza, renombradas periodistas, deportistas, políticos y empresarios.

A finales de los años 80 del siglo pasado serían “los propios narcotraficantes los encargados de realizar una agitada revolución en la arquitectura y las artes decorativas, imponiendo su propia estética” (RUEDA, 2018, p.27). Ese fenómeno estético y ese conjunto de prácticas de significación, experiencias, sentidos, modos de imaginar y contar; se convirtieron en una forma de identidad local y transnacional; una estética popular expresada en objetos, mujeres y joyas de la cual Escobar es su imagen más representativa y una de las más significativas.

En la construcción de ese imaginario, Pablo Escobar ha sido estampado y vendido a través de camisetas, afiches, billetes didácticos, llaveros y encendedores; su rostro hace parte de una construcción simbólica que se ha reproducido por todo el mundo, al igual que la de muchos otros personajes de las sociedades del mundo, al igual que las imágenes de íconos populares como: El Che Guevara, Fidel Castro,

²¹ Rescatado de <https://medellintripcolombia.co/escobar-tour-medellin/> consultado el 24 de abril de 2022

Al Capone, Andy Warhol, El Chapo Guzmán o Maradona, quienes hacen parte de esa miscelánea de personajes mediáticos y económicamente rentables.

Esas dinámicas de reproducción son más evidentes en los barrios populares de Medellín donde se comercializan fotocopias impresas y laminadas del documento de identidad falsificado de Pablo Escobar, junto a cachuchas y camisetas con el número 128482; serial policiaco del primer ingreso del narcotraficante a la cárcel en 1976. En *El Poblado*, uno de los sectores comerciales más exclusivos de esa ciudad, se venden óleos de su rostro.

Figura 9. Pablo



Fuente: Cortesía Valentina Caucaí

Figura 10. Pablo II



Fuente: Cortesía Valentina Caucalí

Tal ha sido la repercusión social, económica, política y cultural alrededor de Pablo Escobar, que su imagen no sólo ha sido reproducida por centenares de pequeños y medianos comerciantes de ciudades del mundo, sino también por reconocidos pintores y artistas plásticos. Varios ejemplos se pueden citar, comenzando con las pinturas del colombiano *Fernando Botero*, quien representó el momento de la muerte de Escobar en los cuadros "*La muerte de Pablo Escobar*" (1999) y "*Pablo Escobar muerto*" (2006) exhibidos en el museo de Antioquia en la ciudad de Medellín.

Figura 11 La muerte de Pablo Escobar (1999). Fernando Botero. Museo de Antioquia.



Fuente: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=27993514515&set=pb.100050687160347.-2207520000..>

Figura 12 "Pablo Escobar muerto" (2006). Fernando Botero. Museo de Antioquia.



Fuente: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-46406811>

Figura 13 Juan Pablo Fajardo. El Doctor (1998)



Fuente: Cortesía Juan Pablo Fajardo

El artista plástico Juan Pablo Fajardo en su obra *El Doctor* (1998) toma una estatuilla del santo popular José Gregorio Hernández conocido en Colombia y Venezuela como “*el médico de los pobres*” y lo transforma en la figura de Pablo Escobar, dando una importante connotación religiosa a la figura del narcotraficante.

Otra propuesta en que la imagen de Pablo Escobar es reconstruida a través de la literatura, la fotografía y la pintura es la tesis “*La pasión de san Pablo Escobar, una propuesta pictórico-literaria para una comprensión de la memoria histórica-mítica de la violencia en Medellín*” de Luis Caldas. En esta propuesta Luis Caldas establece una serie de reflexiones históricas a través de la muerte de Pablo Escobar por medio del arte “como escenario de provocación, reflexión y acción política que, mediante la activación de símbolos míticos, intermediando la figura del héroe trágico y chivo expiatorio de Pablo Escobar” (CALDAS, 2018, p. 6).

Figura 14 La resurrección de Pablo (2018) Luis Caldas.



Ilustración 7: Sesión fotográfica: La resurrección de san Pablo Escobar

Fuente: http://repository.unaula.edu.co:8080/jspui/bitstream/123456789/1297/1/unaula_rep_pos_mae_edu_der_hum_2018_pasion_San_Pablo_Escobar.pdf

El estudio de los distintos tipos de representación del narcotráfico tiene algunos antecedentes; en el caso colombiano se da en el cine, la música, la literatura y el periodismo desde la década de los 70 y esas obras responden de diversas maneras a las bonanzas económicas del narcotráfico de marihuana y el

contrabando de diferentes elementos, entre ellos el de cocaína (RUEDA, 2009, págs.19-21). Además de las múltiples representaciones audiovisuales, pictóricas y literarias.

Existen agrupaciones musicales de varias partes del mundo que retratan y hablan directamente de Pablo Escobar; desde bandas de heavy metal, cantantes de hip hop hasta agrupaciones de corridos mexicanos y hacen sus arreglos musicales a partir de sucesos históricos ligados al Pablo Escobar.

La banda brasileña de rock pesado *SoulFly* en la canción *Plata o plomo* del álbum *Enslaved*, (2011) lo reseña de la siguiente manera:

Pablo Escobar, rei da cocaína
 Criou império de drogas e mentiras
 Contrabando e loucura
 Matava gente lá na rua
 "O Padrinho", seu apelido
 Fora da lei desde menino
 Em Medellín ele cresceu
 Era Diabo ou filho de Deus?
 Plata o plomo
 Plata o plomo (Caralho!)
 Plata o plomo
 Plata o plomo (Pinche cabrón)
 Pablo Escobar, señor de la coca
 Reino de miedo, terror, violencia
 Control del mundo desde Medellín
 Obedece, o ves tu fin
 Tuvo el poder dando mordidas
 Comprando jueces y chota sucia
 Plata o Plomo, así es la ley
 Te haces rico o mueres, guey
 O cartel de Medellín
 Finalmente chegou ao fim
 Sequestro e tortura
 Matava todos - Filha da puta
 Narco Pablo - Amado, odiado
 Narco Pablo - Amado, odiado
 Pablo Escobar, hombre de la gente
 Con lana sucia, quería ser presidente
 Pinche gobierno lo rechazó
 Venganza suya, empezó el terror
 Narco Pablo - Amado, odiado
 Narco Pablo - Amado, odiado
 No telhado ele morreu
 Chuva de balas, o chão tremeu
 Emboscada se meteu
 E sem saída, se fudeu!
 A polícia, filha de puta
 Se deu melhor nessa luta
 Mas seu nome continua
 Acendem velas na sua sepultura
 Plata o Plomo
 Plata o Plomo (Porra!)
 Plata o Plomo
 Plata o Plomo (Culero)

Rico o Muerto
Plata o Plomo

La agrupación mexicana *Brujería* en la canción *El Patrón (Raza Odiada, 1995)* hace referencia a Pablo Escobar como un hombre generoso y violento. Este es representado por medio de la letra de la canción como un hombre que tiene afecto hacia los más vulnerables y una crítica hacia el Estado corrupto

Quién nos va mandar, Pablo Escobar
Fue rey de coca - hizo plata de hojas
Fue un gran hombre - Padrino de los pobres
Fue un general - Mandando indios guerreros
Era El Patrón, el mero chingón
A los indios pobres, les compraba casas
A los indios fuertes les daba armas
A los policías comprados les dio mordidas de feria
A los jueces pendejos les corto los pescuezos

Homenajeado por raperos norteamericanos y artistas de música popular colombiana, la resignificación de la imagen del narcotraficante, hacen de Pablo Escobar una celebridad, un icono pop presente en series de televisión y películas, grafitis, tatuajes y cómics que reflejan el poder mediático y comercial de su imagen haciendo de estas manifestaciones una glamurización hacia la violencia .

CAPÍTULO 4. NARCOS (NETFLIX 2015): CONFIGURACIÓN DEL COMERCIO GLOBAL EN RELACIÓN A PABLO ESCOBAR

Las series para televisión abierta y cerrada, al igual que las telenovelas, el cine o el teatro, son formas de narrar historias en las que se enlazan ejercicios intelectuales de alto nivel. Las narraciones están compuestas por elementos organizados lógicamente y bajo unas metodologías que implican la identificación de acciones hechas por uno o varios agentes “asumiendo que una historia es un conjunto de acciones concatenadas de manera causal y temporal, además es necesario vincular esa acción con otras que la motiven o que sean el resultado de ella” (MATEUS, 2019, p.11).

Ejemplo de ello son las motivaciones, acciones, objetivos y metas con los cuales directores y guionistas encaran la representación de un personaje con determinadas características estereotípicas que “están en función de procedencia y género y con las cuales se hace posible entender el modo en que es percibido un grupo no de personajes, sino de personas y su representación audiovisual” (PÉREZ y RUFÍ, 2017, p.535). No obstante, es tan importante el personaje de Pablo Escobar para ciertos sectores de la industria audiovisual que hacen evidente el proceso ligado a su comercialización al reproducir una y otra vez este personaje y al realizar otras donde se habla del mismo a través de su familia o los sicarios que trabajaron para él.

Los personajes cinematográficos no se crean o existen por sí solos, son producto de un contexto cultural y social específico en el que intervienen su “origen étnico social, religioso o educativo” (GALÁN, 2007, p.3). Sin embargo, el personaje de Pablo Escobar en la serie *Narcos* posibilita un análisis de los aspectos técnicos y narrativos que son utilizados para representar las dinámicas relativas al narcotráfico.

En consecuencia, la suma de esos elementos hace que dichas representaciones audiovisuales sirvan como un espacio de reflexión en el que se discute el papel del narcotraficante como parte activa de la sociedad y la del narcotraficante convertido en mercancía transnacional a través de la industria del entretenimiento, pues los contenidos audiovisuales están mediados “por una condición política que refuerza la imagen proyectada a través del formato, bien sea sobre el antagonista o el protagonista y su papel en el contexto de la historia”

(ALZATE, CARDONA y DÍAZ, 2021, p.13). Dicha condición sirve, entre otras cosas, para generar en el imaginario colectivo la noción de una narrativa histórica oficialista en la que los Estados Unidos han salvado al mundo del flagelo de la droga.

Es por esto que el tono político de series como *Narcos* ha asegurado un tratamiento informativo y promocional especial por parte de los grupos empresariales dueños de medios de comunicación, diarios estadounidenses como *The New York Times*, *The Wall Street Journal* y españoles como *El País* y *El Mundo* diseñaron estrategias de marketing para posicionar *Narcos*. *The New York Times* por ejemplo abordó la serie desde dos perspectivas, por una parte centró su trabajo periodístico en la crítica especializada, ofreciendo referencias y sinopsis de capítulo y temporadas; y por otra parte cuestionó “el papel que toma la ciudadanía norteamericana en la aceptación de la serie” (BARRERA y ARREDONDO, 2019, p.335). *The Wall Street Journal* junto con Netflix desarrollaron una plataforma interactiva llamada *Cocainenomics*²² en la que se invita a los televidentes de la serie a responder una serie de preguntas sobre el personaje de Pablo Escobar y los acontecimientos que plantea *Narcos* en general.

Esa estrategia de mercadeo conocida como *Inbound Marketing*²³ está orientada en este caso específico, a que el suscriptor de la plataforma “interactúe” con la serie a través de ejercicios de recordación de preguntas y respuestas que tendrán que ser resueltas de forma afirmativa en un lapso de tiempo específico. Si el suscriptor responde de manera negativa, será direccionado una y otra vez al inicio del cuestionario hasta completar de manera correcta todas las preguntas.

²² Cocainenomics. ¿Eres un experto en cocainenomics? Prueba tus conocimientos. Rescatado de <https://www.wsj.com/ad/cocainenomics-es> accedió en 09 de Jun. de 2022.

²³ SHARÁN, M 2019 Estrategias de fidelización de clientes a través de internet.

“El movimiento Inbound es una metodología muy importante dentro del mundo de los negocios, basado en tres acciones fundamentalmente: atraer, interactuar y deleitar al cliente en todo el proceso de compra proporcionando valor en cada una de las etapas del proceso para generar confianza y credibilidad hacia nuestra marca. (...) Se trata de un proceso, a medio-largo plazo, que nos permite conocer mejor a nuestro cliente potencial, para ofrecer un contenido de valor, ayudarlo a entender mejor sus necesidades y convertirlo finalmente en nuestro cliente que, junto a un buen servicio post venta, podremos finalmente fidelizarlo y convertirlo en suscriptor de nuestra marca (...) generando confianza, credibilidad y motivación al mismo” Recuperado de https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=lang_es&id=4XXIDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=Inbound+Marketing++netflix&ots=5MxF3pk_lb&sig=OWfh0ZAtZ84JWWJWCAqQAjROR54#v=onepage&q=Inbound%20Marketing%20%20netflix&f=false consultado el 14 de junio de 2022.

Figura 15. Cocainenomics.



Fuente: <https://www.wsj.com/ad/cocainenomics-es>

Se infiere que, Netflix como plataforma televisiva busca su expansión global articulada en gran medida en la promoción mediática de sus producciones al considerar su contenido “como elemento estratégico de su modelo de negocio” (IZQUIERDO, 2015, p.822). Parte de esa estrategia consiste en ofrecer su catálogo de series de forma completa al momento de su estreno con el fin de optimizar la experiencia de consumo de los usuarios. Esta forma de marketing se basa en la utilización de un gran número de información recolectada a través de los sistemas *big data* y la aplicación de algoritmos, que sirven para interpretar grandes volúmenes de datos y donde los usuarios son manejados “como insumo para la creación de nuevos contenidos originales” (HEREDIA, QUIRÓS y QUINCENO, 2020, p.120)

En esa “exploración de narrativas transmedia” (CORNEJO, 2016, p.394) personajes como Pablo Escobar han sido pensados como un producto multiplataforma que ofrece a los usuarios y suscriptores una experiencia cercana con la obra, no sólo a través de plataformas digitales, sino también a través de medios impresos y mercadeo en exteriores. Esto se evidencia en dos de los principales periódicos impresos de São Paulo, en Brasil: Folha de São Paulo y Estado de São Paulo.

Figura 16. Netflix usa capas de grandes jornais para divulgar Narcos. (2016)



Fuente: DesigCulture (2016) Recuperado de <https://designculture.com.br/netflix-usa-capas-de-grande-jornais-para-divulgar-narcos>

Josefina Cornejo (2016) agrupa a este tipo de producciones transmedia y multiplataforma en un periodo de tiempo determinado: *La Tercera Edad de Oro de la Televisión* y establece una serie de características a los modos de producción, realización, distribución y consumo de canales de televisión especializada y a las plataformas de video *streaming*. Del mismo modo la autora resalta el papel activo que juegan las teleaudiencias en la generación de contenidos, añadiendo que “en esta etapa canales y audiencias se interrelacionan de forma más fluida. Los contenidos ya no se dirigen a grandes conglomerados, sino a grupos más pequeños con intereses mucho más demarcados y, hasta, especializados” (CORNEJO, 2016, p.83)

Otro elemento clave para entender la popularidad de la serie *Narcos* es la forma como las plataformas realizan la distribución de sus contenidos; pues divide el año para presentar temporadas de series a partir de cuatro momentos fraccionados en 13 semanas; es decir, un aproximado al número de capítulos por temporada, asociados a su vez a las estaciones del año. Otro aspecto relevante son los días y las franjas horarias en que se realizan las transmisiones, pues tienen que coincidir con el consumo de la audiencia (HEREDIA, QUIRÓS y QUINCENO, 2020, p.123).

En *Narcos*, el personaje antagónico no solo es explorado desde un componente biográfico, sino también desde la atemporalidad que suscita su nombre y su figura; esta complejidad del universo ficcional puede ser representada en el encuentro entre lenguaje, acento y jerga de quien lo interpreta. Películas como *Get Shorty* (Barry Sonnenfeld, 1995) con el estadounidense Miguel *Sandoval*; o *Escobar: paraíso perdido* (Andrea Di Stefano, 2014) con el actor puertorriqueño *Benicio del Toro*; series como *Narcos* (José Padilha 2015-2017) con el brasileño Wagner Moura; dan cuenta de la importancia comercial que representa Pablo Escobar para la industria audiovisual, dejando en evidencia la transnacionalidad de la imagen y el nombre de ese narcotraficante.

4.1 El personaje cinematográfico

“Un personaje es una obra de arte, una metáfora de la naturaleza humana. Nos relacionamos con los personajes como si fueran reales, pero son superiores a la realidad. (...) Conocemos a los personajes mejor de lo que conocemos a nuestros amigos porque un personaje es eterno e inalterable mientras que las personas cambian, cuando creemos que hemos empezado a comprenderlas nos damos cuenta de que no es así” (MCKEEN, 2007, p.280).

Para ofrecer una idea sobre el concepto de personaje cinematográfico es preciso determinar algunas consideraciones antes de su descripción, esencia y significado. El personaje cinematográfico es parte fundamental de una estructura narrativa en la que están incluidas la acción y el conflicto. El personaje para cine y televisión es poseedor de una “identidad psicológica y moral parecida a la de los seres humanos, es una imitación de persona, y como tal, se trabaja a través de variables idénticamente realistas”. (GALÁN, 2007, p.1) Y esa representación “viene a significar, por un lado, la puesta en marcha de una reproducción, la predisposición de un relato, y por otro la reproducción y el relato mismos” (CASSETTI y DI CHIO, 1990, p.121) que en consecuencia hace de los personajes unidades de acciones pertenecientes a una estructura subordinada a la trama y a la transmisión de información.

Casetti y Di Chio (1990) establecen tres elementos importantes en el funcionamiento de la imagen que sirven como herramienta para analizar los niveles de la representación cinematográfica, esos elementos son “los contenidos, la modalidad, y los nexos” (CASSETTI y DI CHIO, 1990, p.125-126) que aparecen en

pantalla siempre que se observa una narración audiovisual y funcionan simultáneamente.

Los contenidos son la forma de representación de lo que se ve, se escucha y se siente ante el despliegue de imágenes; son los personajes y los objetos en pantalla. La modalidad es, esa secuencia de imágenes y la forma peculiar en que ésta aparece; es el escenario visto de forma total o parcial, es donde se sigue a los personajes sistemáticamente o se les abandona de vez en cuando. Los nexos se pueden explicar como: lo que se ve y lo que se siente, está lleno de significados de lo que se ha visto anteriormente; es decir, las situaciones nuevas que se abren paso y acogerán a otras que cambiarán o ya han cambiado; los personajes prosiguen con sus acciones o por el contrario realizan unas nuevas que obligan al espectador a imaginar lo que va a suceder.

Los nexos, son la unión de imágenes precedidas unas de otras, es donde se conforman los personajes, objetos, paisajes, palabras, psicología, etc., dándole consistencia y espesor al mundo representado en pantalla. En otras palabras, es lo que cimienta una dimensión narrativa; puesto que

La narración es, de hecho, una concatenación de situaciones, en la que tienen lugar acontecimientos y en la que operan personajes situados en ambientes específicos. Sin duda, esta definición es extremadamente lineal, y si se quiere empírica” (CAsETTI y DI CHIO 1990, p.172).

Según estos autores existen “criterios de distinción”, es decir, una categoría que ayuda a distinguir a un personaje del ambiente y los objetos que lo rodea y que hacen posible la construcción narrativa. Por ejemplo, el *criterio anagráfico*, que se encarga de descubrir la existencia de una identidad definida con un nombre propio: Pablo Escobar, Mr. Pink, Clark Kent; o un suceso medioambiental convertido en personaje: un maremoto, un huracán, un meteorito.

Este criterio sirve para distinguir al personaje del contexto que lo rodea y es un espacio creado para desarrollar un personaje y puede ser pensado desde lo ambivalente: macho/hembra, viejo/joven, fuerte/débil, pero también normal/anormal; o sea, puede construir un esquema anagráfico ideal para el personaje.

La relevancia son los elementos narrativos que asumen un papel significativo para el portador de los acontecimientos y de las transformaciones, obviamente, entre mayor sea la relevancia, esta actuará como un elemento central de la historia. Por ejemplo, en Narcos, el capítulo 2: *La espada de Simón Bolívar* de la primera temporada aparece un grupo de asesinos que se hacen llamar “muerte a

secuestradores” en quienes recae un importante peso dramático, pues son el producto de la unión de varios narcotraficantes quienes crean un ejército paramilitar para hacer justicia por mano propia, ese colectivo de sicarios anónimos es parte esencial en este capítulo.

El criterio de la focalización es la atención que está reservada a los diferentes elementos del proceso narrativo, es decir, cuando a un personaje se le muestra continuamente en pantalla por medio de *close up*, “convirtiéndolo, por así decirlo en un centro de equilibrio que inevitablemente acaba erigiéndose en foco de atención.” (CASSETTI y DI CHIO, 1990, p.175). Son numerosos los ejemplos que se presentan en la serie Narcos con relación directa al personaje de Pablo Escobar como objeto de estudio.

El personaje cinematográfico es constituido por otro elemento importante: el ambiente: éste se puede definir como el conjunto de todos los elementos que constituyen la trama y que actúan como su trasfondo. El ambiente es lo que construye la escena; remitiéndose al entorno en el que se desenvuelven los personajes, o sea, los decorados y los escenarios al igual que la situación en la que operan espacio y temporalmente las acciones.

Esos códigos narrativos se pueden identificar en el Capítulo 1: *Descenso* de la primera temporada de la misma serie, pues el reiterado uso de *close up* sobre Pablo Escobar configura al personaje a través de su corporalidad, sus diálogos, su carácter y su posición política. La escena de los camiones con contrabando sirve como ejemplo para explicar los tres elementos esenciales de la narración propuestos por Casetti y Di Chio (1990), en la que se establece que la unión de situaciones dará lugar a una serie de acontecimientos en los que operan los personajes en un espacio y tiempo definido. Ese acontecimiento le sucede a alguien o alguien hace que suceda, y ese suceso cambia poco a poco la situación, hasta transformarla en una nueva.

En escena se ven unos camiones pasando por un puente, es decir, sucede algo. Unos segundos después se ve a un grupo de policías que impiden el paso a la caravana: en ese esquema propuesto por los autores se podría decir que ese acontecimiento, le sucede a alguien o alguien hace que suceda. Posteriormente se ve a Pablo Escobar bajar serenamente de su vehículo para encarar al oficial que lidera el operativo. Pablo Escobar y sus guardaespaldas amenazan al grupo de policías; pues conocen los gustos de sus hijas, saben de la

enfermedad de una de sus madres y saben quiénes son sus esposas, ese suceso hace que cambie poco a poco la situación, finalmente, la escena finaliza con un diálogo que revela la motivación personal de Pablo Escobar:

Señores voy a decir quién soy: Yo soy Pablo Emilio Escobar Gaviria. Mis ojos están en todos lados. O sea, ustedes no pueden hacer una puta sola mierda en el departamento de Antioquia sin que yo me entere. Un día yo voy a ser presidente de la República de Colombia. Y bien, me gano la vida haciendo negocios. Ustedes pueden aceptar mi negocio... o aceptar las consecuencias. Plata o plomo. Ustedes eligen. (BRANCATO, 2015).

Figura 17. Narcos



Fuente: Netflix.

A partir de estos elementos surgen otras categorías estructurales que explican cómo se desarrollan los relatos o la dimensión narrativa de un *film*, que sirven como base para definir el personaje “como persona, como rol y como actante” (CASETTI y DI CHIO; 1990, p.133).

Casetti y Di Chio (1990) afirman que, lo narrado le acontece a alguien dotado de nombre y características particulares que inciden en el transcurso de la narración y gozan de una atención determinada. El personaje como persona, es un individuo con un perfil intelectual, emotivo y actitudinal que se mueve por el universo de la obra a través de comportamientos, reacciones y gestos propios

Otro concepto histórico de personaje lo define desde un punto de vista psicológico, como un simulacro de la persona real (...) como una unidad psicológica y de acción que ha de ser estudiada en el relato como una categoría narrativa, donde se combinan una serie de rasgos (PÉREZ, 2017, p.537).

Se puede afirmar que, el término personaje es “poseedor de una identidad psicológica y moral similar a la de los hombres, es un efecto de persona y, como tal, se trabaja en su construcción con variables idénticamente realistas” (GALÁN, 2007, p.1), que ayudan a diferenciarlo de las personas del mundo cotidiano.

Aunque una clasificación de personaje para cine o televisión puede llegar a hacer ser reduccionista y simple, abre una puerta a múltiples análisis; puesto que está el personaje plano, simple y unidimensional que “se construye en torno a una sola idea o cualidad y se identifica con facilidad, ya que permanece inalterable” (FORSTER, 1983, p.75 *apud* PÉREZ, 2017, p.541). El mismo que Seymour Chatman (1990) describe como un personaje dotado de un solo rasgo, o muy pocos. También está “el personaje redondo que es variado y complejo” (CASETTI y DI CHIO, 1990, p.178) al que Chatman (1990) llama de esférico, poseedor de una gran variedad de rasgos que incluso pueden llegar a contrapuestos o incluso contradictorios; ya que su conducta es imprevisible siendo capaces de cambiar.

Estos últimos, según el autor, pueden inspirar sensaciones cercanas con el espectador; hay un mayor grado de familiaridad e identificación, pueden ser recordados como personas de verdad, como amigos o enemigos de la vida. Son personajes abiertos, capaces de generar nuevas ideas. Este sería el caso de un personaje como Pablo Escobar en la serie *Narcos*; redondo, abierto, un antihéroe con funciones de héroe tradicional, pero éticamente cuestionable. Casetti y Di Chio (1990) establecen otro tipo de personajes, el personaje lineal: uniforme y calibrado; el personaje contrastado: inestable y contradictorio; el estático: estable y constante; y el personaje dinámico: en constante evolución.

El personaje como rol o de enfoque formal, posibilitan “el reconocimiento de la función y la actividad del personaje o de sus posiciones morales, positiva como la del héroe o negativa como la del antagonista” (PÉREZ, 2017, p.540). Este tipo de personaje es un individuo único, y tiene una identidad irreductible; tiene carácter, actitudes y un determinado perfil físico. Ese tipo de gestos, acciones y comportamientos es lo que hace posible identificar al personaje como un “elemento codificador” (CASETTI y DI CHIO, 1990, p.179) pues es quien sostiene la narración.

Estos roles tienen a su vez una serie de rasgos y/o características que se pueden explicar a través de oposiciones en las que se destacan: el personaje activo, situado como fuente directa de la acción, y el personaje pasivo o personaje objeto de las iniciativas de otro.

También está el personaje influenciador y el autónomo: el primero de ellos es un personaje que “hace hacer” a los demás, o sea, hace que se ejecuten acciones por él en la trama; mientras el autónomo, es quien “hace” directamente. Otros personajes son: el modificador y el conservador, quienes actúan activamente en la base fundamental de la narración o como punto de resistencia; el primero trabaja para cambiar lo que acontece en la narración, en sentido positivo o negativo. El segundo, tiene como función conservar el equilibrio de las situaciones en la narración.

Hay dos personajes supremamente importantes para una narrativa: el protagonista y el antagonista. Estos personajes pueden ejercer funciones similares, tanto de “hacer hacer” como de “hacer” pero en lógicas diferentes. El protagonista sostiene la orientación del relato, por ejemplo, el agente Murphy en *Narcos*, este personaje es quien persigue, quien cuenta y en quien recae gran parte de la responsabilidad de velar por los intereses narrativos y en él descansa, junto con el agente Peña, el mensaje político de la serie.

El antagonista por el contrario manifiesta la posibilidad de una orientación totalmente diversa a la del protagonista. Casetti y Di Chio (1990, p.181-182) apuntan a la necesidad de comprender el personaje como rol como dos figuras íntegras, es decir, ya sea el héroe totalmente positivo o el malvado integral; instancias del bien y el mal.

El personaje como actante aquí ya no debe ser examinado por sus términos fenomenológicos de carácter y comportamiento; ni en términos formales de actitudes y acciones realizadas o expresadas. Aquí, se debe considerar al personaje como un “elemento válido por el lugar que ocupa en la narración, y la contribución que realiza para que ésta avance. El actante, pues, es por un lado una posición en el diseño global del producto, y por otro un operador que lleva a cabo ciertas dinámicas (CASSETTI y DICHIO 1998, p.183).

El Sujeto y Objeto como actantes se identifican en que el primero se mueve y actúa sobre el ámbito que le rodea para lograr llegar hasta el objeto (dimensión del deseo) y al mismo tiempo actúa sobre él y el mundo que lo rodea

(dimensión de la manipulación) que lo llevan a vivir cuatro (4) momentos: *performance* (pruebas, situaciones que debe cruzar para conseguir el objeto) y como consecuencia el personaje obtendrá una retribución, sanción o punición. El objeto por el contrario es el punto de influencia de la acción del sujeto que se mueve hacia una meta y a su vez se podrá mostrar como objeto final o como meta última de su recorrido.

En el capítulo 10 “La Catedral” de la serie Narcos, se evidencian estos primeros actantes: Pablo Escobar es sujeto mientras que la negociación con el Cartel de Cali representa el objeto. Es decir, la competencia del sujeto en su enfrentamiento con el objeto es incompleta, puesto que, Escobar “sabe qué hacer”, “quiere hacer” y “debe hacer” pero está encarcelado y su venganza debe esperar. La recompensa del personaje es su huida de la prisión.

Por otra parte, en el actante se encuentra el eje direccional sujeto/objeto en el que hay un destinador, quien recibe premios y distinciones y quien tiene como horizonte de partida el objeto. Al igual que un destinatario se identifica con quien recibe el objeto y se enriquece con él.

Finalmente tenemos el *adyuvante* contra el *oponente* en a menudo posición contra el *antisujeto*, el adyuvante ayuda al sujeto en las pruebas para conseguir el objeto y el oponente evita a toda costa este éxito.

Aquí el personaje se codifica y se reduce a varias funciones, componiendo así un actante que establece diferentes tipos de relación con otros actantes. En definitiva, el modelo consistiría en la reducción y distribución de los agentes en un número determinado de categorías, como una clase de actores, capaz de abarcar todas las posibilidades relacionales de la obra. Podríamos clasificar a los personajes como Sujeto, Objeto, Destinatario, Destinador, Ayudante y Oponente, según el sentido en el que se desarrolle la acción. (PÉREZ, 2017, p.550).

4.2 Análisis del personaje Pablo Escobar en la serie Narcos

¿Qué quiere realmente Pablo Escobar? ¿lo quiere ahora? ¿lo quiere pronto? ¿sabe lo que quiere? “un personaje cobra vida en el momento en el que vislumbramos una clara comprensión de su deseo (...) detrás del deseo se oculta la motivación” (MCKEE, 2007, p. 281). Para realizar un análisis de Pablo Escobar

como personaje de series, películas o telenovelas, se debe reconocer qué tipo de acciones, objetivos y metas operan para la identificación del personaje, a través de sus deseos, sus motivaciones, su fuerza, su carácter y sus miedos como parte de esa “dimensión narrativa” (CASSETTI y DI CHIO, 1998, p. 171).

Explorar el personaje de Pablo Escobar a través de los acontecimientos y situaciones en constante cambio, son en síntesis una estructura que identifica esa dimensión narrativa. Sin embargo, este análisis no se centra desde un contexto extremadamente técnico y teórico, por el contrario, será un punto de vista personal que recoge el contenido del texto parcialmente, apoyándose en algunos referentes para su comprensión. Entonces, empecemos.

Que el mundo fue y será una porquería
Ya lo sé
¡En el quinientos diez
¡Y en el dos mil también!
Que siempre ha habido chorros
Maquiavelos y estafaos
Contentos y amargaos
Valores y dublé
Pero que el siglo veinte
Es un despliegue
De maldá insolente
Ya, no hay quien lo niegue
Vivimos revolcaos
En un merengue
En el mismo lodo
Todos manoseaos
Cambalache (Julio Sosa, 1955)

Sumergida entre saltos temporales de la ficción y el documental está *Narcos*, una producción del magnate de la televisión cerrada Netflix que en el 2015 rompería todos los modelos de las series de detectives, donde se presenta la lucha por el poder entre el Estado y un puñado de traficantes colombianos de finales de siglo XX. Chris Brancato, Eric Newman y Carlo Bernard, sorprendieron al público con esta versión americanizada de la vida adulta del narcotraficante más famoso del mundo, Pablo Emilio Escobar Gaviria. La serie creada es brutal, despiadada, corrupta, política y salvajemente retratada, *Narcos* es sin lugar a dudas una obra de arte dentro del género de las narco narrativas.

Su magistral puesta en escena, su banda sonora e impecable fotografía hacen de esta y de su personaje antagónico un plato perfecto para ser devorado en poco tiempo. *Narcos* es una metáfora gringa del narcotráfico, del Estado y de la ley, con personajes que equilibran la narración y permiten al espectador soñar con una

victoria del mal sobre el bien. En ese cóctel de situaciones mediadas por la violencia y la destreza narrativa detectives y narcotraficantes se configuran y se constituyen a través del imaginario popular de la idea del narco latinoamericano: hombres crueles y poderosos que tienen “el dinero y el atrevimiento moral para exponer ese gusto: siempre ostentoso, exagerado y desproporcionado: muy propio de las sociedades que nunca han tenido nada” (RINCÓN, 2013, p.4)

¡Hoy resulta que es lo mismo
 ser derecho que traidor!
 ¡Ignorante, sabio, chorro
 pretencioso, estafador!
 ¡Todo es igual!
 ¡Nada es mejor!
 ¡Lo mismo un burro
 ¡Qué gran profesor!
 No hay aplazaos
 Ni escalafón
 Los inmorales
 Nos han igualao
 Si uno vive en la impostura
 Y otro afana en su ambición
 ¡Da lo mismo que sea cura
 Colchonero, rey de bastos
 Caradura o polizón!
 Cambalache (Julio Sosa, 1955)

Es aquí donde se empieza a hablar de Pablo Escobar y los elementos narrativos que lo componen, pues entre más complejas y poderosas sean las fuerzas del antagonista, más completo debe ser el personaje y la narrativa. Este drama criminal, hace una difusa radiografía latinoamericana, tomando como fuente de inspiración al narcotraficante que ha sido vendido como Robin Hood bajo una esa “visión existencialista que considera al personaje como un conjunto de atributos y cualidades” (GALÁN, 2007, p.1) psicológicas, físicas y comportamentales que se desarrollan en las temporadas donde aparece un Pablo Escobar desequilibrado por su vertiginoso ascenso criminal.

La serie narra cómo “el narco permite pequeñas felicidades capitalistas” (RINCÓN, 2013, p.1) pues imagina progreso, libertad, e igualdad que se evidencia la evolución del personaje, pues Escobar de pequeño contrabandista de electrodomésticos, al más temido capo de la mafia colombiana y uno de los hombres más adinerados del mundo. Esto es posible en gran medida, gracias al componente simbólico representado en la atmósfera de la serie: desde las propuestas de vestuario, dirección de arte y fotografía; hasta la banda sonora y el uso de material

documental en la que se resalta el estereotipo del narcotraficante “embambado”²⁴ y su particular configuración estética.

Y es que la serie cuenta de forma directa cómo el narcotráfico produce una cultura enferma por el dinero; que recurre a la violencia como elemento clave para conseguirlo y posteriormente ser exhibido de forma material en propiedades, armas, autos, animales y mujeres. Omar Rincón (2013) apunta que el narco generó un modo de narrar telenovelas y los espectadores nos conectamos con ese mundo desconocido a través del reconocimiento y la identificación con esos personajes macabros y fríos; puesto los personajes del cine, las series y la televisión utilizan, la descripción física, psicológica y sociológica' (GALÁN, 2007, p.2).

El papel de Wagner Moura denota fiereza y sus ojos tienen una carga magnética insuperable, pues es por medio de su mirada que relucen los aspectos más llamativos del personaje: su temperamento perturbable y el gusto por la maldad. La presencia de esos rasgos y los elementos artificiales; ropa, peinado, manera de fumar etc., de los cuales habla Galán (2007) hacen posible que este Pablo Escobar genere toda una serie de amores y odios en los espectadores. El personaje engancha por el nivel de su actuación y su forma tranquilamente peligrosa, pues en él recae la historia y la continuidad de la misma.

Escobar es un antagonista de lujo: manipulador, inteligente, psicópata, persuasivo, sagaz y casi un estratega militar, esa tipología de personaje redondo hace de su motivación principal: el poder, su mayor aliado y su peor enemigo. Escobar puede ser tan escabroso como púdico, tan equilibrado como eufórico, tan sanguíneo como colérico y flemático.

En síntesis, Pablo Escobar es la espina dorsal de una historia que nos transporta a una Colombia de narcotraficantes violentos, en una lucha constante por el poder y el dinero. En ese mundo no importa si se es narco, prostituta o niño. En la serie *Narcos* nadie gana, todos pierden. Y bajo la lógica del mercado de coca se hacen las apuestas por quien es el más violento, el más corrupto y el más déspota. En definitiva, Pablo Escobar es solo la cabeza de la serpiente que muerde su propia cola.

²⁴ Términos utilizados en algunas regiones de Colombia para llamar a narcotraficantes que hacen alarde de sus posesiones.

¡Siglo veinte, cambalache
Problemático y febril!
El que no llora no mama
Y el que no afana es un gil!
¡Dale nomás!
¡Dale que va!
¡Que allá en el horno
Se vamo a encontrar!
¡No pienses más
Hacete a un lao
Que a nadie importa
Si naciste honrao!
Si es lo mismo el que labura
Noche y día como un buey
Que el que vive de las minas
Que el que mata, que el que cura
O está fuera de la ley
Cambalache (Julio Sosa, 1955)

CONCLUSIONES

Con base en el objetivo de esta investigación que centró su interés en el análisis de las representaciones simbólicas, artísticas y culturales alrededor de la figura de Pablo Escobar y la construcción de éste no solo como personaje audiovisual sino también comercial, se concluye que fue posible identificar aspectos simbólicos y estéticos, tanto en la serie Narcos como en otras manifestaciones, que sirvieron como base para realizar una reflexión sobre los paisajes simbólicos que atraviesan los elementos presentes a lo largo de la investigación, pues la idea de Pablo Escobar como personaje transnacional de las pantallas del cine, la televisión y los nuevos formatos se ha ido transformando en un elemento constitutivo de muchas prácticas y manifestaciones estéticas y culturales.

Al mismo tiempo se evidencia que la mercantilización de la imagen de Escobar ha sido motor para la creación y difusión de propuestas artísticas, políticas, económicas, sociales, religiosas donde se ha reinterpretado, reconfigurado y resignificado a Pablo Escobar a través de las industria del entretenimiento y los escenarios de la informalidad; convirtiendo al narcotraficante en ídolo de masas, icono pop y figura de marketing.

No obstante, la definición de los términos narcocultura y narcoestética a través de las obras artísticas, musicales, los personajes de la serie Narcos y los autores citados; posibilitaron una explicación cercana a los estudios culturales por medio de las producciones estéticas producto del fenómeno del narcotráfico, logrando identificar creaciones literarias, académicas, teóricas, fotográficas, cinematográficas, televisivas y gastronómicas que muestran en la actualidad la importancia simbólica que tiene Pablo Escobar como referente de una subcultura que intenta embellecer la violencia y sus manifestaciones.

Otra conclusión producto de la investigación es que las series, telenovelas y películas revisadas, donde se aborda el tema narco presenta una serie de estereotipos principalmente masculinos encaminados a mostrar un mundo sexualizado, machista, clasista y violento donde la mayor fuerza/motivación de los personajes es la lucha por el poder derivada de sus egos. Sin embargo, cabe preguntar ¿Es la serie Narcos una crítica política y social? o ¿Son estas narrativas

pensadas para promover una imagen positiva de Pablo Escobar? Muchas posiciones entran a ser discutidas, pues el arte ofrece un terreno de disputa entre los actores sociales que se sienten incómodos e incómodas con este tipo de propuestas; pues mantienen el nombre y la figura de Pablo Escobar en un lugar privilegiado.

Sin embargo, desde el contexto del análisis narrativo el personaje no fue lo suficientemente abordado, pues se dejaron de lado temas y categorías fundamentales para el desarrollo de una mejor clasificación audiovisual de Pablo Escobar como antagonista y antihéroe; aspectos que podrían haber contribuido con un mejor desempeño a la hora de realizar su análisis. Sin embargo se puede decir que hay elementos bastante impactantes dentro de las manifestaciones no solo estéticas sino también económicas y artísticas en relación a Pablo Escobar, pues es interesante analizar cómo su imagen recorre los continentes y se afianza en pequeños grupos y “tribus urbanas” desde hinchas de fútbol hasta artistas del tatuaje, la reproducción del rostro de Escobar se evidencia en todos los aspectos de la cotidianidad.

A su vez, esta investigación encontró un buen número de manifestaciones artísticas y estéticas dadas en torno al fenómeno del narcotráfico. Desde comics hasta grafitis, pasando por salones de belleza masculina y tiendas de barrio en las que se exhiben el rostro de Pablo Escobar y sus lugartenientes que no fueron posibles colocar a lo largo del texto, sin embargo hay una preocupación existente por parte de esta investigación de continuar realizando esas manifestaciones presentes en los cuerpos y las calles de todo el mundo. Pues Pablo Escobar no es solo un recuerdo y un personaje ficticio de películas y series, Escobar es para muchos una forma de vivir y un objetivo al cual llegar.

Sin embargo se deja constancia, que el abordaje utilizado para explicar la configuración del personaje de Pablo Escobar se pensó a partir de una perspectiva más personal y menos teórica, al considerar oportuno el desarrollo de una escritura más profunda e interna que revelara formas de analizar el personaje a través de la escritura creativa alejada en parte, de los procesos académicos formales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRUZZESE, A. (2004). «Cultura de Masas». *CIC. Cuadernos De Información Y Comunicación*, (9), 189 - 192. Recuperado a partir de <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC0404110189A> consultado 16 de Jul. de 2019
- ALFARO, O. (2018): "Todas las películas y series basadas en Pablo Escobar." Rescatado de <https://www.sensacine.com.mx/album/album-18561989/>
- ALZATE, A. CARDONA, C. DÍAZ, P. (2021) Imágenes del narcotráfico. 20 adaptaciones audiovisuales de la figura de Pablo Escobar en el siglo XXI. Usos de material de archivo en producciones de narco-ficción y documental. *Revista De Comunicación*, 20(2), 11–28. Rescatado de <https://doi.org/10.26441/RC20.2-2021-A1> accedio en 24 de May. de 2022.
- AMAYA, J. ALLENDE, CH. (2017). Memoria cultural y ficción audiovisual en la era de la televisión en streaming. Una exploración en torno a la serie *Narcos* como relato de memoria transnacional. *Comunicación Y Sociedad*, (31). Rescatado de <https://doi.org/10.32870/cys.v0i31.6852> consultado el 10 de septiembre de 2020
- ARMENTA, K. (2007) *Narcotelenovelas: la construcción de nuevos estereotipos de mujer en la ficción televisiva de Colombia y México a través del retrato de una realidad social*. 1 recurs en línia (481 pàgines). ISBN 9788449072789. <https://ddd.uab.cat/record/189628> [Consulta: 24 maig 2022].
- BARBERO, J. (1982) *Memoria Narrativa e Industria Cultural*. *Comunicación y cultura* N° 10. México 59-73 Rescatado https://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/martin_barbero_memoria_narrativa_e_industria_cultural.pdf consultado el 17 de enero de 2020
- BARRERA, D., ARREDONDO, A. (2019). Cubrimiento informativo sobre las dos primeras temporadas de la serie *Narcos*: la prensa española y estadounidense. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 10(2), pp. 324-349. DOI: <https://doi.org/10.21501/22161201.3013> consultado el 23 de mayo de. 2022.
- BECERRA, A (2020). Narcocultura y construcción de sentidos de vida y muerte en jóvenes de Nayarit. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, XXV(50), 157-179 Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=316/31661318006> [fecha de Consulta 17 de Septiembre de 2020]. ISSN: 1405-2210.
- CANCLINI, N. (2000). Industrias culturales y globalización : procesos de desarrollo e integración en América Latina. *Estudios Internacionales*, 33(129), p. 90-111. doi:10.5354/0719-3769.2011.14982 Rescatado de <https://revistaei.uchile.cl/index.php/REI/article/view/14982> accedido el 13 de Ene. de 2020.
- CAPPELLO, G (2011). De paseo por el crimen. Género y trayecto del policial en la pantalla chica. *Contratexto*. N°19. Pag147-161. Rescatado de https://www.researchgate.net/publication/321381456_De_paseo_por_el_crimen_Genero_y_trayecto_del_policial_en_la_pantalla_chica consultado el 2 de febrero de 2022
- CASSETTI, F. DI CHIO, F. (1998). *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.
- DIÁLOGO EN CARTAGENA (2015): Recuperado de: https://www.unodc.org/documents/ungass2016/Contributions/IGO/Cartagena/Informe_Dialogo_de_Cartagena.pdf.
- GALAN, H. (2007). *Fundamentos básicos en la construcción del personaje para medios audiovisuales*. Reuperado

- de <http://www.cesfelipesecondo.com/revista/articulos2007b/ElernaGalan.pdf> accedido en 1 junio de 2022.
- KAPLAN, M (1996). Economía criminal y lavado de dinero. Boletín Mexicano de Derecho Comparado, Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México, N^a 85, Rescatado de <https://revistas.juridicas.unam.mx/index.php/derecho-comparado/article/view/3410/3982> accedido en 25 de Ene. 2022.
- KRAUTHAUSEN. C (1994) Poder y Mercado. El narcotráfico colombiano y la mafia italiana. Revista Nueva Sociedad N^o 130 MARZO-ABRIL 1994 , PP. 112-125 Buenos Aires Argentina. Recuperado de: <https://nuso.org/revista/130/drogas-sociedad-y-estado/> accedido en 20 de Ene. de 2022.
- LEÓN, C. (2005) El cine de la marginalidad: realismo sucio y violencia urbana. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador; Corporación Editora Nacional; Ediciones Abya Yala, 2005. 106 p. Serie Magíster, No. 64. Rescatado de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/183/1/SM64-Le%c3%b3n-El%20cine%20de%20lamarginalidad.pdf>
- MIGNOLO W. (2005) La Idea de América Latina. La herida colonial y la opción decolonial. Edit. Gedisa. España
- OFICINA DE LAS NACIONES UNIDAS CONTRA LA DROGA Y EL DELITO (UNODC) (2019) Informe Mundial sobre las Drogas 2019. Rescatado de https://wdr.unodc.org/wdr2019/prelaunch/WDR2019_B1_S.pdf consultado el 21 de Septiembre de 2020.
- ORDÓÑEZ, M. (2012) Las “narco telenovelas” colombianas y su papel en la construcción discursiva sobre el narcotráfico en América Latina. Quito. Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador. Rescatado de <http://hdl.handle.net/10644/3033> Accedido en 24 de Jun. de 2021
- OVALLE, L. (2010). Construcción social del narcotráfico como ocupación. *Revista CS*, (5), 92-122. Rescatado de <https://doi.org/10.18046/recs.i5.453> accedido en 7 de Sep. de 2020
- PARDO, J. (2018). Transformaciones estéticas: la narco cultura, la producción de valores culturales y la validación del fenómeno narco. *Calle14: revista de investigación en el campo del arte*, 13 (24) pp. 400-409. Disponible en: <https://revistas.udistrital.edu.co/index.php/c14/article/view/13534> consultado el 13 de julio de 2019
- PORTÓN, D. (2013) La economía del narcotráfico y su dinámica en América Latina. *Iconos. Revista de Ciencias Sociales* [en línea]. (47), 135-153. ISSN: 1390-1249. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=50928911009> consultado el 21 de septiembre de 2020
- PULIDO, G. (2009) Violencia Epistémica y Descolonización del conocimiento *Revista Sociocriticism*, Vol. 24, N^o. 1-2, 2009 págs. 173-20. Rescatado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4637301> consultado el 19 de julio de 2019
- RAZUK, D. (2010-2015) Pensar el fenómeno narco: El narcotráfico en los discursos audiovisuales 2010-2015 / Andrés Di Leo Razuk ... [et al.]. Banfield.
- RESTREPO. A (2005) Una Lectura de lo Real a través del Punk. *Historia Crítica* N^o 29 Enero- Junio 2005 recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/rhc/n29/n29a02.pdf> consultado el 12 de enero de 2020.
- RETTBERGR, A. (2020) “Violencia en América Latina hoy: manifestaciones e impactos”. *Revista de Estudios Sociales* 73: 2-17. Recuperado de <https://doi.org/10.7440/res73.2020.01> Accedido en 21 de Sep. 2020

- REYES, E. (2014) La polémica marca de Pablo Escobar. *El País*, 6. Ene. 2014. Recuperado de https://elpais.com/internacional/2014/01/06/actualidad/1389045922_228103.html consultado el 10 de mayo de 2019
- RIGNEY, A. (2005). Plenitude, scarcity and the circulation of cultural memory. *Journal of European Studies*, 35(1), 11-28. Recuperado de <https://doi.org/10.1177%2F0047244105051158> consultado el 10 de septiembre de 2020.
- RINCÓN, O. (2006) *Narrativas Mediáticas. O como se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Gedisa S.A. Barcelona.
- RINCÓN, O. (2013) Todos llevamos un narco adentro - Un ensayo sobre la narco/cultura/telenovela como modo de entrada a la modernidad. Vol 7 No 2. July/December 2013 – São Paulo – Brasil p.01-33.
- RINCÓN, O. (2014): “Entrevista: Omar Rincón analiza el fenómeno de las narconovelas”. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/8-31672-2014-03-23.html> consultado el 19 de julio de 2019.
- RIOS, A. (2002) *Los Estudios Culturales y el estudio de la cultura en América Latina. En Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Buenos Aires recuperado de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20100916025656/22rios.pdf> consultado el 12 de julio de 2021.
- ROCHA, S. (2018) Visualidad política latinoamericana en Narcos: un análisis a través del estilo televisivo. *Común Medios*, Santiago, v. 27, n. 37, p. 106-118, jun. 2018. Disponible en https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-15292018000100106&lng=es&nrm=iso accedido en 19 jul. 2019. <http://dx.doi.org/10.5354/0719-1529.2018.48572>.
- SALAZAR, A. (1991) *No Nacimos Pá Semilla. La cultura de las bandas juveniles en Medellín-Bogotá: Centro de Investigación y Educación Popular (CINEP), Rescatado de* http://americo.usal.es/iberoame/sites/default/files/salazar_cultura_bandas_medellin.pdf consultado el 10 de enero de 2020
- SALAZAR, L (1989) en *Nueva Sociedad* n. 102 p. 108-109 Julio- Agosto 1989. Disponible en <https://nuso.org/articulo/conflictos-sociales-y-politicos-generados-por-la-droga/> consultado el 10 de septiembre de 2019
- SALGADO A. *Investigación cualitativa: diseños, evaluación del rigor metodológico y retos*. *liber.*, Lima , v. 13, n. 13, p. 71-78, 2007. Disponible en http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272007000100009 consultado el 11 de agosto de 2021.
- SANTAELLA, L. (2005) *Por que as comunicações e as artes estão convergindo?* Edit. Paulus., São Paulo
- SANTANA, A (2004) *El Narcotráfico en América Latina*. Siglo xxi Editores. En coedición con el centro coordinador y difusor de estudios Latinoamericanos UNAM. México. Rescatado de https://books.google.com.br/books?id=uLTSuGIEcpgC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=true consultado el 3 de septiembre de 2019.
- UNITED NATIONS OFFICE ON DRUGS AND CRIME (UNODC). 2019a. “Global Study on Homicide: Homicide Trends, Patterns and Criminal Justice Response”.

- UNODC, rescatado de <https://www.unodc.org/documents/data-and-analysis/gsh/Booklet2.pdf> consultado el 19 de marzo de 2020
- SANTOS, D. MEJÍAS, A. URGELLES I. (2016) Lo narco como modelo cultural. Una apropiación transcontinental. Revista de pensamiento, crítica y estudios latinoamericanos Mitologías Hoy. Vol 14. 9-23 DOI: <http://dx.doi.org/10.5565/rev/mitologias.401>
- SOTOMAYOR, D. (2014). Imaginarios de la representación mediática de Pablo Escobar en La serie “Escobar: el patrón del mal” un modelo narrativo: revisión de la construcción de Pablo Escobar en la serie de televisión y su diálogo con el hecho “Real”. Rescatado de <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/52061> consultado el 11 de octubre de 2021.
- STEWART, J.C. (2016). El caso Netflix 2012-2015. Nuevas formas de pensar la producción, distribución y consumo de series dramáticas. Rescatado de <https://www.tdx.cat/handle/10803/386244> consultado el 23 de agosto de 2021
- WILSON, S. ZAMBRANO, M. (1995) Cocaína, capitalismo e imperio: encadenamientos globales y políticas del narcotráfico. **Análisis Político**, [S. l.], n. 24, p. 5-21. Disponible en: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/anpol/article/view/75661> consultado el 23 de mayo de 2022.
- YÚDICE. G. (2008) Medios de Comunicación e Industrias Culturales, Identidades Colectivas y Cohesión Social. iFHC/CIEPLAN. San Pablo, Brasil, y Santiago de Chile.