Globethics Repository



Narco.estética y narco.cultura en Narco.lombia [Narco.aesthetics and narco.culture in Narco.lombia]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see https://www.globethics.net. Data and content policy of Globethics Repository see https://repository.globethics.net/pages/policy.

Item Type	Article
Authors	Rincón, Omar
Publisher	Fundación Friedrich Ebert (FES)
Rights	Creative Commons Copyright (CC 2.5)
Download date	2026-11-03 03:16:26
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/217934

Este artículo es copia fiel del publicado en la revista **Nueva Sociedad** Nº 222, julio-agosto de 2009, ISSN: 0251-3552, **<www.nuso.org>**.

Narco.estética y narco.cultura en Narco.lombia

Lo narco no es solo un tráfico o un negocio; es también una estética, que cruza y se imbrica con la cultura y la historia de Colombia y que hoy se manifiesta en la música, en la televisión, en el lenguaje y en la arquitectura. Hay una narcoestética ostentosa, exagerada, grandilocuente, de autos caros, siliconas y fincas, en la que las mujeres hermosas se mezclan con la virgen y con la madre. A lo mejor, argumenta el artículo, la narcoestética es el gusto colombiano y también el de las culturas populares del mundo. No es mal gusto, es otra estética, común entre las comunidades desposeídas que se asoman a la modernidad y solo han encontrado en el dinero la posibilidad de existir en el mundo.

Omar Rincón

Mucho se habla de lo narco como una ética pero su mejor autenticidad es estética. La verdad, los narcos molestan por sus gustos, pero su dinero nos hace bien. ¿Pero qué hacer cuando toda una sociedad se comporta de modo narco? Asumir que les tenemos envidia porque ellos y ellas sí tienen el dinero y el atrevimiento social para exponer su gusto ostentoso, exagerado y desproporcionado. Asumir que ellos y ellas sí fueron capaces de elevar su gusto a estatus social del éxito. Reconocer que pasaron de nosotros, los supuestamente ilustrados. Pasaron de nosotros y eso jode. De entrada lo digo, criticar la narcoestética es un acto de arrogancia burguesa. Por lo tanto, esta no es una crítica pero tampoco una celebración, es un dar cuenta.

Omar Rincón: profesor asociado de la Universidad de los Andes, director del Centro de Competencia en Comunicación de la Fundación Friedrich Ebert (<www.c3fes.net>), crítico de tevé del diario *El Tiempo* y autor, entre otros, de *Los colombianos tal como somos* (Brasil, tal.tv, 2007); *Narrativas mediáticas o cómo cuenta la sociedad del entretenimiento* (Gedisa, Barcelona, 2006); y *Televisión, video y subjetividad* (Grupo Editorial Norma, Buenos Aires, 2002).
Palabras claves: narco, estética, cultura, Colombia.

Cocalombia

Charly García vino a Bogotá en 2005 y alborotó nuestro nacionalismo *light* cuando dijo: «Saludos, Cocalombia». Nuestro orgullo quedó maltrecho, las señoras bien de *Colombia es pasión*, la campaña para vender la marca país en el exterior, quedaron muy molestas. Ahora han puesto *stickers* en los baños de los restaurantes que dicen que «hablar mal de Colombia es muy feo y de mal gusto». ¡Pura moralina *light*! Lo de Charly fue una provocación y un reconocimiento: somos la nación de la coca y del gusto narco. Ni modo así venimos siendo.

Da pudor, mucha pena y hasta bronca reconocerlo. Y es que nosotros, los colombianos, andamos muy preocupaditos por la buena imagen. La verdad, somos un territorio marca narco no por la coca sino por cómo nos comportamos y lo habitamos, desde el presidente hasta quien escribe este texto. Lo narco es una estética, pero una forma de pensar, pero una ética del triunfo rápido, pero un gusto excesivo, pero una cultura de ostentación. Una cultura del todo vale para salir de pobre, una afirmación pública de que para qué se es rico si no es para lucirlo y exhibirlo. El método para adquirir esta cultura es solo uno: tener billete, armas, mujeres silicona, música estridente, vestuario llamativo, vivienda expresiva y visaje en autos y objetos. Ah… ¡y moral católica!

Narco.lombia

Por estos días (mayo, 2009) en Colombia cerca de 70% de los compatriotas están muy felices porque nos gobierna el presidente Álvaro Uribe. Y él, justamente, es el símbolo, el ícono, el relato de la Narco.lombia. Un gusto que privilegia como expresión del colombiano, en palabras del escritor Héctor Abad Faciolince, los carros, las fincas, el cemento, los caballos, los edificios estridentes, la música ruidosa, la moda exótica y la tecnología ostentosa. Si uno oye y ve al presidente Uribe en acción, uno encuentra que esos son los valores que pregona; ha llegado a decir que leer y ver cine es de burgueses bogotanos. Reconoce que no tiene tiempo de leer y que al cine fue por última vez a los siete años, a ver *El llanero solitario*. Desde entonces él cree que es el llanero solitario en las montañas de Colombia.

El periodista colombiano Juan Fernando Tabares publicó el libro *Estoy cargado de tigre*[1], que reúne 400 frases polémicas del presidente Uribe en su vida

1. Intermedio, Bogotá, 2007.



© Nueva Sociedad / Roberto Cubillas 2009

Roberto Cubillas (Buenos Aires, 1968) estudió historieta, dibujo, grabado y pintura. Desde 1996 se dedica a la ilustración de libros de literatura infantil y al diseño gráfico. Ha ilustrado libros de Laura Devetach, Silvia Schujer, Griselda Gambaro, David Wapner y Alberto Pez, entre otros, algunos de los cuales han sido premiados por Alija (Argentina) y la Fundación Banco del Libro (Venezuela). En 2003 presentó *Un par de cuentos*, su primera muestra individual en el Centro Cultural Recoleta (Buenos Aires), y ha participado en varias muestras colectivas.

política, la mayoría de ellas pronunciadas en tono enérgico, acalorado o explosivo. El libro trae frases como «No soy guayabita que le guste a todos», o la que pronunció ante un grupo de jóvenes evangélicos sobre el sexo: «Hay que guardar el gustico para después del matrimonio», o lo que dijo a uno de sus súbditos en palacio: «Estoy muy berraco con usted y si lo veo, le voy a dar en la cara marica». Por lo menos es auténtico y verdadero. No cita ni siquiera a García Márquez.

El escritor y periodista más escuchado en la actualidad, Gustavo Álvarez Gardeazábal, escribió en 1995 en la revista *Número* que «el narcotráfico era una revolución cultural» que requería «el Napoleón que la consolidara (…) quien pusiera orden (…) y legitimara el cambio de valores, ese cambio de la moral del pecado por la moral del dinero». Y llegó Uribe y lo hizo mejor, porque juntó la moral del pecado con la moral del dinero, ideología con-fusión. Él es la moral, él y sus valores son la verdad por encima de toda ley y Constitución. El dinero no le preocupa, para eso están sus hijos y sus colaboradores, los nuevos millonarios en Colombia.

Hace más bien «bastantico», usando los diminutivos que le encantan, cuando Uribe era joven de colegio, cuenta Héctor Abad Faciolince en su bellísimo testimonio *El olvido que seremos* –la obra literaria más vendida y aplaudida del siglo xxi colombiano, que va en la 20ª edición–, que el joven Uribe intentó seducir y enamorar a su hermana, y que ella lo rechazó. «Para Vicky», de un tal Álvaro Uribe, muy bajito, que se moría por ella, pero ella no por él, porque le parecía muy serio y, sobre todo, muy bravo. «Como usted no me hace caso», le dijo el hombre una vez, «la voy a cambiar». Y puso «Vicky» a su mejor yegua, porque a él le gustaban los caballos sobre todas las cosas, y entonces decía «ahora monto en Vicky todas las semanas»[2]. Esta breve historia demuestra que nuestra narco.cultura siempre ha estado con nosotros, sobre todo en la región antioqueña, y que es auténtica, como es auténtico el presidente.

Narco.cultura

El mismo escritor, ensayista y columnista de *El Espectador*, Héctor Abad Faciolince, se preguntaba en 1995 en la revista *Número*: «¿Asistimos en Colombia a una narcotización del gusto?». Y se contesta que no, que los mafiosos han puesto en acto el mal gusto de la burguesía colombiana. «Esta siempre

2. Planeta, Bogotá, 2006, p. 149.

ha querido lo mismo de los mafiosos (…) Quisiéramos que el mal gusto fuera monopolio cultural de los mafiosos. Qué va. Su mal gusto es un vicio nacional.» En 1995, con este texto de Abad Faciolince, nacieron en Colombia los estudios de la narco.cultura, sobre la base de una estética marcada por dos gustos: el nuevo rico norteamericano y el montañero rico colombiano o antioqueño.

¿Asistimos en Colombia a una narcotización del gusto? No, los mafiosos han puesto en acto el mal gusto de la burguesía colombiana ■

Y es tan «auténticamente» colombiana porque manifiesta que los colombianos nos sentimos realizados el fin de semana en la finca, porque nuestro mayor placer está en dar órdenes y tener quien nos obedezca. Un valor más de la narco.cultura: el mayordomear, el dar órdenes. «Mientras los burgueses quieren ser poderosos haciéndose ricos, nosotros queremos ser poderosos dando órdenes», escribe Mauricio García, profesor de la Universidad Nacional y columnista de *El Espectador*[3].

Abad Faciolince nombró a Colombia como territorio de la narco.estética y la sicaresca: «narco.estética» para el gusto de los señores que «coronan» y son exitosos en el negocio, y «sicaresca» para el modo joven de matar: eso sí, respetando las jerarquías, no se puede imaginar a un sicario convirtiéndose en señor o a un señor que haga de sicario.

¿Y cómo es la narco.estética? Está hecha de la exageración, formada por lo grande, lo ruidoso, lo estridente; una estética de objetos y arquitectura; escapulario y virgen; música a toda hora y a todo volumen, narco.toyota plateada, exhibicionismo del dinero. En síntesis, la «obstinación de la abundancia, el gran volumen, la ostentación de los objetos (…) El poder de ostentar». Alonso Salazar, autor en 1990 del libro más importante sobre la narco.cultura, *No nacimos pa' semilla*, que hoy es texto de lectura en todos los colegios de Colombia, cuenta que el asunto consiste en «buena pinta, buen charol, buena nena». Una estética hecha del collage entre «budas generosos, porcelanas chinas, estatuas de mármol, muebles Luis xv, pinturas fosforescentes... y galofardos (guapos apasionados por la música antillana, el tango y los pleitos de honor... y la venganza)»[4].

¿Y qué es la sicaresca? Un nuevo tipo de relatos que habita la fascinación por los sicarios, la truculencia y la pasión por el exceso. Sicario es el joven que

3. «Gente para mandar» en *El Espectador*, 8/5/2009.
4. *No nacimos pa' semilla. La cultura de las bandas juveniles de Medellín*, Cinep, Bogotá, 1990.

vive de matar por encargo, quien vive poco pero a gran velocidad y con mucha adrenalina, que mata y se juega la vida para dejar con algo a la cucha (la mamá). Sicario es quien mata por trabajo, reza a la virgen, adora a su mamá, tiene novia pura y amante hembra. Sicario es quien afirma que «madre solo hay una porque padre puede ser cualquier hijueputa». El ensayista Guadi Calvo explica cómo la sicaresca es el método de jóvenes que «por quebrar un mancito conseguían ropa, casa para la madre, nevera, televisores, dejar a la cucha bien. La fusión Madre-Virgen es sagrada para el sicario, es sinónimo del amor, la entrega y la adversidad»[5]. Sicario es el joven producido por la narco.cultura. «Esta cultura de la muerte generó sus propios ritos, basados en las tradiciones campesinas y la superchería», analiza Calvo. Y cuenta cómo «estos muchachos le agradecen a la Virgen haber quebrado al man» mientras su «cuerpo lo acorazan con escapularios en los lugares sensibles del sicario: el corazón que siente, el brazo que dispara, el pie que corre y se apoya en la moto». Sicario es el peligro pero desechable pero atractivo pero emocionante.

Esta estética de la sicaresca va a aparecer en *La virgen de los sicarios* (Fernando Vallejo, 1994) y *Rosario Tijeras* (Jorge Franco, 1999), exitosas obras literarias que se convierten en exitosas películas. Otras dos obras fundamentales de la sicaresca son la ya citada *No nacimos pa' semilla* (Alonso Salazar, 1990) y *El pelaíto que no duró nada* (Víctor Gaviria, 1991). «Quebrar un pelao (matar a alguien) o perder el año (morir) es parte del juego de ser colombiano. Se puede morir por la orden del Patrón, pero también se puede morir por el volumen de la música, o equivocar la calle», concluye Calvo. El poeta, escritor y ensayista más prestigioso de Colombia, William Ospina, describe la sentimentalidad del fenómeno cuando escribe que «vemos a estos jóvenes matar y morir en una danza impulsiva, irreflexiva, carente de sentido, y no conseguimos odiarlos, porque nos parece que se matan con la misma inocencia con la que se abandonan al amor o a la música»[6]. Vinieron luego muchos más escritos que buscaban aprovecharse de esta fórmula de creación sicarial: contar al personaje joven, explotar la fuerza de su lenguaje y su carácter de héroe efímero y marginal, decir que la vida es un tránsito acelerado mientras se goza el vértigo de un relato efectista con tono realista. La sicaresca se lee con la fascinación que otorga la juventud del margen que juega al peligro y puede llegar a matarnos. ¡El goce de eso que creemos no somos!

5. «La Sicaresca como una de las bellas artes» en <www.caratula.net/Archivo/N17-0407/Secciones/Cine/cine.html>, fecha de consulta: mayo de 2009.
6. «La virgen de los sicarios en el cine» en *Número* Nº 26, s/f.

Para quedar claros, la sicaresca es la estética del joven, es una épica del éxito rápido, vivir a millón y morir joven. Otra cosa es la narco.estética, que es la expresión de los patrones, que es el gusto socializado en los adultos, que es la marca Colombia más actual.

La sicaresca es la estética del joven, es una épica del éxito rápido, vivir a millón y morir joven. Otra cosa es la narco.estética, que es la expresión de los patrones, que es el gusto socializado en los adultos, que es la marca Colombia más actual

El narco.lenguaje

Narco.lombia tiene su dialecto, habita el lenguaje. El habla popular colombiana está llena de parlache, «parlar (hablar) en el parche (la esquina)». Los investigadores José Ignacio Henao y Luz Stella Castañeda recolectaron en su libro *El parlache*[7] más de 1.500 palabras que componen este modo de hablar paisa-colombiano. Son modismos necesarios para nombrar las armas, el dinero, la sexualidad, las drogas, el aburrimiento y, sobre todo, la muerte. Un dialecto propio para poder comprendernos. Nació en las clases populares con los sicarios (que matan por paga), se instaló en los traquetos (narcos de medio pelo) y lo habla quien se cree joven en Colombia. «¡Qué hubo parce!», «No sea faltón», «Suavena», «Sisas gonorrea».

Alonso Salazar, ya mencionado como autor de *No nacimos pa' semilla* y actual alcalde de Medellín, cuenta que lo que se habla es «un lenguaje trastocado» que tiene como característica su productividad de sentidos alrededor de la muerte. «Una mezcla de lunfardo aprendido del tango, de *slang* gringo y de prestidigitaciones verbales locales.» Un dialecto que se tomó Medellín y que su alcalde actual, investigador y periodista en los 90, define como «un lenguaje al mismo tiempo lúdico y profano, brotado desde los territorios de la exclusión», un modo de hablar que dice que a la víctima se la llama «regalo», a las hembras «nenorras» y que «para referirse a un paisano no muy estimado se le dice 'gonorrea'». Y si no entendió, vea un breve diccionario:

A la efe: con seguridad, a la final.
Amurao: triste, aburrido, encarcelado, desesperado porque se le acabó la droga.

7. Universidad de Antioquia, Medellín, 2001.

Bajar: robar o matar.
Banderiar: poner en evidencia, señalar, molestar.
Cachiruza: marihuana.
Chumbimba: bala.
Enamorar: odiar, perseguir.
Gaga: metralleta.
Gonorrea: persona despreciable, insulto.
Gorzobia: insulto.
Me piso: me voy.
Muñeco: muerto.
Parcero: amigo, compañero.
Picado: petulante, orgulloso.
Pirobo: homosexual, insulto.
Sisas: afirmación.
Tamal: gramo de cocaína.
Tartamuda: ametralladora.
Torcido: traidor.
Traqueto: sicario, matón, narcotraficante que viajó a Estados Unidos a montar el negocio de la droga.
Video: suceso.
Visajiar: espiar, mirar raro.

La narco.arquitectura

Lo narco es tener billete, un arma, una hembra de silicona o un macho poderoso, no respetar normas, parlachiar, exhibir un exceso emocional y ostentar todo lo que se tiene. Chepe Santacruz, un narco de Cali, cuando no lo dejaron entrar al Club Colombia de la llamada «gente bien», mandó construir un club idéntico para su familia, y después compró a la gente bien. Pablo Escobar, la leyenda, construyó un zoológico a campo abierto con animales africanos. El ex-gobernador del departamento de Cundinamarca, en una de las mansiones más costosas de Bogotá, colecciona cabezas de elefante. El presidente Uribe expone su capacidad de gobierno montando a caballo mientras toma café de Colombia y no derrama ni una gota.

La narco.arquitectura ya llegó al 41er Salón Nacional de Artistas de Colombia 2008-2009. Se cree que cierto tipo de formas, colores y estilos la determinan claramente. La arquitectura de la narco.cultura es asumida como sinónimo de un gusto popular, excesivo, de copia y apariencia, de lujo facilista y a lo Miami, como se ve en las fotografías del venezolano Luis Molina-Pantin, en su muestra «La narco-arquitectura y sus contribuciones

a la comunidad Cali-Bogotá, Colombia»[8]. Así, narcoarquitectura es lo que no gusta al gusto «ilustrado».

Pero quien define y conceptualiza el fenómeno es Adriana Cobo, arquitecta que trabaja como profesora de la Escuela de Arquitectura y Construcción de la Universidad de Greenwich, en Londres. Su texto «¿Es el ornamento un delito?» se ha convertido en fundamental. La arquitecta Cobo define la narco.estética como «ostentosa, exagerada, desproporcionada y cargada de símbolos que buscan dar estatus y legitimar la violencia». Afirma que esta estética en la arquitectura se caracteriza por «fachadas de portones griegos forradas de mármoles y enrejados dorados, carros estridentes y cuerpos de hombres engallados con oro y mujeres hinchadas de silicona»[9].

Lo interesante de Cobo es que pasa del prejuicio al análisis y propone ver la arquitectura del narcotráfico, más que «como un grupo de edificios ilegales y de mal gusto», como parte del «gusto popular, que la ve con ojos positivos y la copia, asegurando su continuidad en el tiempo y en las ciudades»; una especie de nuevo vínculo simbólico, de nuevo «sistema de cohesión social». Esa «estética ornamentada, ostentosa y desproporcionada» es un modo de encuentro para los colombianos que buscamos estatus y reconocimiento, que solo se da vía el dinero y el ornamento.

¿Para qué tener si no se puede exhibir? Cobo cree que en el caso colombiano «el simbolismo y la iconografía son importantes», lo mismo que «la estrategia de la copia», y que por lo tanto la arquitectura del narcotráfico no ha hecho nada diferente de lo que es la tradición arquitectónica colombiana. Es más: dicha estética se ha ido transformando; ahora, afirma Cobo, «ha cambiado la estrategia de la ostentación por la del camuflaje, en la medida en la que el comercio ilegal de drogas ha exigido diversificación, ramificación y 'sofisticación'. El ornamento ha dado paso a superficies lisas y persianas de aluminio que copian las casas 'modernas' de ejecutivos jóvenes y destacados de grandes empresas, que a su vez son copias de residencias que podemos encontrar en revistas de arquitectura que vienen de Europa o Estados Unidos. Ya no se sabe quién copia a quién (…)».

8. V. «El objeto de la narco-arquitectura en Molina-Pantin» en *Analitica.com*, 9/11/2007, <www.analitica.com/va/arte/dossier/7537754.asp>.
9. En *[esferapublica]*, 4/8/2006, http://esferapublica.org/portal/index.php?option=com_content&task=view&id=80&Itemid=53>.

La arquitectura del narcotráfico es la arquitectura de la Colombia popular, una exhibición del quiénes somos, un relato icónico del nosotros mismos, una búsqueda de la aceptación pública a través de la copia y el exceso

Otra vez llegamos al mismo punto, la arquitectura del narcotráfico es la arquitectura de la Colombia popular, una exhibición del quiénes somos, un relato icónico del nosotros mismos, una búsqueda de la aceptación pública a través de la copia y el exceso. Somos auténticos cuando somos Narco.lombia.

La narco.música

Los colombianos llevamos una ranchera mexicana en el corazón. Cuando la cantamos a lo colombiano la llamamos «música del despecho», donde los hombres amamos y lloramos. Y cuando se canta al narcotráfico es llamada «corrido prohibido». Corridos que mezclan ranchera con cumbia y crean un territorio simbólico con el corrido norteño mexicano. Así nace el verdadero relato del narcotráfico colombiano.

El investigador mexicano Miguel Olmos Aguilera explica que

> hoy los símbolos que representaban al héroe nacional no son los mismos. La figura indomable, pero benévola del personaje «tradicional» se transforma en el héroe-narco, altanero y prepotente. Los caballos son desplazados por *trocas*, «un carro rojo», un «Grand Marquis color gris», una «Suburban dorada» o un «Lincoln negro».
>
> El corrido de narcotráfico retoma los antiguos temas como el desafío, la ilegalidad y la traición de una mujer hermosa. Las nuevas letras se adaptan al antiguo corrido, encontrando rápidamente vínculos entre los traficantes contemporáneos y los héroes revolucionarios.[10]

Las culturas populares son productivas en ritmos, relatos y emociones. Por eso, una forma facilista de la cumbia se mezcló con otra en estilo ranchero y celebración de corrido mexicano. Así, nace una forma musical gustadora, encantadora y seductora. Una en la que se le canta al amor lleno de balas, hombrías y traiciones. Una donde bailar es pegarse de la mamacita del momento. ¡Te queremos, Rosario!

Las estéticas de los corridos prohibidos expresan ese gusto narcolatino que quisiéramos esconder pero que aparece cuando tenemos dolaretes. Estética

10. «El corrido de narcotráfico y la música popularesca en el norte de México», citado en <www.lajornadamichoacan.com.mx/2007/12/03/index.php?section=cultura&article=013n1cul>.

hecha de nostalgia rural y mundos amarillentos colmex (Colombia-México), de modernidad de autos (BMW, toyotas y 4 x 4), Miami (descaderados y joyas) y otros cuerpos, unos más redondos y apretados (¡las flacas modelos para los ricos!). Por fin, nos encontramos con nuestro nativo sueño gringo-mex-Marlboro, ese imaginario latino donde se mezcla lo popular con lo narco con lo gringo con lo mexicano con lo colombiano con el exceso Caribe. Por fin, podemos escuchar la música que nos gusta, esa de cantina que le canta al despecho y la valentía.

La filosofía, las historias, los personajes de lo narco se cantan. Filosofía que celebra un destino trágico por ser hijos de la injusticia social y la pobreza, la corrupción política y el desprecio de los ricos, la falta de padres y el querer a las mujeres, el orgullo patrio y la culpa de EEUU. Las historias son las mismas que cuentan los periódicos, pero en su otra versión como héroes, valientes y leales; como seres nacidos del pueblo y luchadores por el pueblo; como robin hoods que dan lo que la ley y el gobierno quitan. Las historias comienzan contando el cultivo, el proceso de preparación, la exportación, la celebración de la burla a las autoridades y, sobre todo, cómo se vive con dinero y para qué se usa: mujeres, carros, armas y alcohol.

Uno venía de Florencia (Morelia)
el otro de Santander (Novolato)
salieron de madrugada
después de cerrar el trato.
¿Cuánta traían? Nadie lo sabe
pero el carro iba cargado (dicen que era un guato).

La canción es «Los cocodrilos», en paréntesis la versión mexicana. Un solo territorio simbólico: el narcotráfico. Dos versiones locales: Colombia y México. Un solo valor: la valentía del traficante.

En Colombia la canción más famosa es «Nadie es eterno en el mundo», de Darío Gómez:

Nadie es eterno en el mundo
ni teniendo un corazón
que tanto siente y suspira
por la vida y el amor.

Todo lo acaban los años
dime qué te llevas tú

si con el tiempo no queda
ni la tumba, ni la cruz.

Cuando ustedes me estén despidiendo
con el último adiós de este mundo
no me lloren, que nadie es eterno
nadie vuelve del sueño profundo.

Todo hay que vivirlo en presente, nada de dejar nada para después de la muerte. Toda una filosofía del instante. Eso es lo narco. Y en este horizonte de celebrar lo narco, uno de los más famosos corridos es el de Los Tucanes de Tijuana que lleva por título «La pista secreta»:

(«¿Qué ubele, quién habla?»
«Jefe, nos descubrieron la pista secreta»)

Sacó una bolsa de polvo y se dio tres muy aprisa
le subió tiro a su escuadra y se fajó la camisa
les dijo a sus compañeros: «Hay problemas en la pista».

Procedente de Colombia una avioneta llegaba
a la sierra sinaloense donde iba a ser descargada
pero la pista secreta la Judicial encontraba.

Y la estaban descargando cuando se oyó una sirena.
Los narcos se reportaron, «Jefe tenemos problemas».
El Jefe dice: «Hagan frente, voy para allá, no se muevan».

Empezaron los disparos al llegar la Judicial
cayeron dos traficantes, quedaban cuatro nomás
pero cuando llegó el Jefe no quedó ni un federal.

«Señor, aquí está la carga», dijeron los colombianos,
«entréguenos el dinero porque ya nos retiramos».
«Pues que tengan un buen viaje» y al infierno los mandaron.

Ninguno era Judicial, eran puros bajadores
se disfrazaron de leyes como en varias ocasiones
junto con los colombianos hacían sus operaciones.

El hombre se carcajeaba y besaba los paquetes.
«Qué mansito me agarraron, no saben con quién se meten.
Si no es por el pericazo no hubiera salvado el flete.»

Son corridos prohibidos porque celebran y magnifican las actividades ilegales y la forma de vida de los narcotraficantes. Estos corridos, en nombre del amor, la venganza de clase y con acentos en exploración texmex, construyen esas otras historias; por ahí está pasando la crónica de ese territorio simbólico que define el narcotráfico, que junta en un solo imaginario a Colombia y México. Pero en Colombia hoy estos corridos ya han perdido su carácter clandestino y se cantan a todo pulmón en cualquier cantina, siguiendo el ritmo de las videorrockolas. El canal de mayor crecimiento en el sistema de cable se llama Radiola.tv y le canta a lo prohibido. Así, Narco.lombia cada vez tiene menos vergüenza de ser como es. Porque, como canta Uriel Henao, «Prefiero un cementerio aquí en Colombia / y no una cárcel en Estados Unidos. / Si me extraditan va a correr mucha sangre…» . Una música rara, extraña y enigmática que a cambio de lágrimas produce orgullo, que es exitosa porque representa esa Latinoamérica narco-exótica a la que le encanta exorcizar sus miedos y frustraciones a través del relato; esa cultura del exceso de odio y venganzas, que suspira con el amor y el poder que no llega. O, tal vez, porque solo podemos contarnos desde la venganza.

La narco.tv

Colombia está mejor contada en sus telenovelas que en sus noticieros, expresa el maestro Jesús Martín Barbero. La telenovela es una esfera pública para pensarnos como sociedad y es el modelo narrativo para comprender la política en América Latina: el hombre puro (supongamos que hablamos de Chávez, Uribe, Correa, Evo…) salva a la mujer equivocada (el pueblo engañado y vilipendiado). Si la telenovela es tan importante para disfrutar y pensar, si es lo que la gente más ve, si es nuestro producto cultural más conocido en el exterior… ¿cómo somos los colombianos según nuestras telenovelas de éxito?

Según lo que vemos en la telenovela de cada noche, somos una nación musical que ríe mucho y habita la narco.cultura. El nuevo y sorprendente estilo, el tono y la textura de la telenovela colombiana reconocen explícitamente que vivimos la cultura del narcotráfico en estéticas, valores y referentes. Somos una nación que asumió la idea narco de que todo vale para salir de pobre: unas tetas, un arma, corromperse, traficar coca, ser guerrillero, hacerse paraco (paramilitar) o estar en el gobierno (si no, vea *Pasión de gavilanes*, *Sin tetas no hay paraíso*, *Los protegidos*, *El cartel*, *La guaca*, *Inversiones* ABC, y ya vienen *El capo* y *Las fantásticas*).

Según estas historias, todo colombiano lleva un narco en su corazón. Son relatos de la narco.cultura que nos cuentan que es más importante un par de tetas que el esfuerzo del día a día y las ideas que imaginan proyectos, que hay que salir adelante como sea y a las que sea. Este, nuestro gran relato nacional, nos dice que por vivir aquí somos hijos del narcotráfico: de su modo de pensar (billete mata cabeza), de su forma de hacer (justicia es lo que yo pueda comprar), de su gusto y estética (el exceso y el grotesco), de su machismo (beber, tirar y matar), de sus mujeres producidas (diablas y grillas), de sus políticos (ignorantes que obedecen), de su presidente (montar a caballo antes que leer). Así se naturaliza en la tele la exuberancia de colores, formas, carnes y morales de nuestra realidad.

Nuestro producto estrella del siglo xxi se llama *Sin tetas no hay paraíso* (Canal Caracol), que documenta que para ser exitosas en Colombia las mujeres deben ser hembras y mamacitas, usar la silicona y no tenerle miedo a la cama; relato de celebración de las mujeres «mantenidas» que se venden a punta de sexo y cirugías; justificación pública de que en este país el cuerpo en las mujeres y el crimen en los hombres son maneras válidas de salir de pobres; historia de cómo, sin importar clase o región o religión, lo único válido es tener billete y gozar. Así, la marca Colombia tiene la silicona como estética porque habita lo narco como cultura.

Nuestro producto estrella del siglo xxi se llama *Sin tetas no hay paraíso*, que documenta que para ser exitosas en Colombia las mujeres deben ser hembras y mamacitas, usar la silicona y no tenerle miedo a la cama

Las tetas de silicona, las prepago (putas finas) y el mal gusto no son solo mafiosos ni paisas, abundan en todos los estratos y regiones colombianas y son la marca de la televisión. Y es que las tetas abundan en televisión, pues sin silicona no se puede presentar la farándula, ni se puede actuar en telenovelas (¡tetavisión!). La verdad es que, en Colombia, sin tetas no hay televisión. La televisión ha socializado el gusto mafioso, la verdad de silicona y la ética del billete.

Al mismo tiempo que *Sin tetas no hay paraíso* se convertía en un éxito en la tele colombiana, en el portal de la revista *Semana* las notas más leídas eran las siguientes: «El Cartel de Mancuso», «Pasó la reforma politiquera», «El misterio de la grasa asesina», «Últimas puntadas al referendo reeleccionista», «Detrás de este proyecto se mueven demasiados intereses». María Adelaida

Puerta, protagonista de *Sin tetas no hay paraíso*, decía que «esta serie cuenta una historia real de operarse por buscar el cuerpo que se amolda a la estética del narcotráfico. Es triste que las niñas sigan una estética que impuso el narcotráfico». Hasta la actriz reconoce que se vive en el gusto y busto del narco.

Nuestro otro gran producto modelo siglo xxi es *El cartel* (también del Canal Caracol), escrita por el ex-narcotraficante Andrés López, quien después de esta serie se convirtió en parte del *jet set* de Miami. Andrés López contó a *El País* de Madrid que él era uno de esos dos adolescentes que comenzaron a trabajar en un laboratorio de cocaína una tarde cualquiera después de salir del colegio. «'Mi compañero de pupitre era hermano de Orlando Henao Montoya, un gran jefe del *narco*', relata. Era 1986 y el término de *narcotraficante* aún no existía. 'En ese entonces les llamaban *mágicos* porque tenían la habilidad de producir fortunas en un abrir y cerrar de ojos'.» A Andrés le disgusta que lo llamen *soplón*. «En este negocio no hay principios, amigos, ni verdades», concluye[11].

El cartel cuenta que ser informante o sapo o soplón no es tan malo; es más, que permite «lavar» las fortunas, y que ser narco tampoco es tan perverso porque se goza mientras se tiene billete. La moral de esta serie es: siendo narco se vive breve pero a lo bien con mujeres, carros, armas y alcohol.

La historia es atrevida y necesaria porque reconoce que Colombia es una nación hija del narcotráfico y que, por lo tanto, los narcos tienen una versión legítima de nuestra nación. Lo mejor es que muestra que en Colombia todo es comprable, que nuestra única información e inteligencia es la saperia o el soplón, que somos la sociedad de los «falsos positivos»[12], que lo narco es parte de nuestro ser nacional, y que no nos parece mal. Esta televisión es la otra versión de la historia; y a esta otra versión de nosotros mismos, la versión narco, le creemos más.

Uno de los elementos fundamentales de lo popular, de la telenovela y el melodrama que conforman la narco.cultura, es el tema de la «superación», el revanchismo social, el elemento aspiracional y celebratorio de los modos

11. Luis Beauregard: «La segunda oportunidad de 'Florecita'» en *El País*, 30/11/2008.
12. En Colombia la expresión se refiere a jóvenes que han sido asesinados y presentados como guerrilleros por parte de los militares para ganar premios, privilegios y ascensos en su carrera militar.

de ser de la sociedad de los pobres. Así, la narco.cultura es el relato melodramático que marca la Colombia de la actualidad, que se llena de una muy alta «adecuación moral»; todo es justificable, hasta las más de 200 masacres paramilitares, los casi cuatro millones de desplazados por la guerra y los más de 1.200 casos de «falsos positivos» y mucha identificación cultural, pues celebramos como buen gusto y buena política y buen empresariado y buena justicia los códigos locales del compadrazgo, de lo familiar y lo religioso. La democracia de Narco.lombia es adorar al señor patrón del momento, llámese don pablo, don mario o don álvaro o don nadie.

Narco.lombia recargada

La verdad es que en Narco.lombia sin tetas, armas y billete no hay felicidad. La sociedad disfruta el gusto mafioso, la verdad de silicona y la ética de la pistola. Así, nuestra ficción literaria, artística, musical y televisiva; nuestro lenguaje, arquitectura y gustos; nuestra política y presidente celebran, sin pudor, los valores de lo narco. Y lo más alucinante, los medios y los periodistas y los colombianos no le vemos «nada de malo» a eso. Hemos llegado a la paranarcoideología.

Solo por enfatizar un último detalle. En el fútbol fuimos grandes cuando el América perteneció al Cartel de Cali, el Nacional a Pablo Escobar y Millonarios a Rodríguez Gacha. En el cine nos reconocen por el «paseo» que se le da al muerto en la película *Rosario Tijeras* o por los hijueputazos y gonorreas de *Sumas y restas* de Víctor Gaviria.

Los que nos creemos ilustrados despreciamos este gusto, o sea que creemos tener un mejor gusto. A lo mejor la narco.estética es el gusto colombiano y, también, el de las culturas populares del mundo. Lo popular capitalista premia el billete por encima de todas las cosas, no tiene palabras literarias, ni razones argumentadas, ni discurso científico… goza su expresividad extrema, su cultura emocional, su exceso visual y gestual, su moral del amor melodramático y ética del ojo por ojo, su religión que perdona pero culpa y venga…

Pero la narco.estética no es mal gusto, es otra estética. La más común entre las comunidades desposeídas que se asoman a la modernidad y solo han encontrado en el dinero la posibilidad de existir en el mundo; y ese dinero que compra todo se consigue con lo narco, lo ilegal, la corrupción y el poder político. Berlusconi como Uribe como Chávez como Correa son ídolos

populares, ídolos que encarnan al pueblo y niegan la regulación colectiva y los valores de la modernidad. No son narcos pero habitan los valores de la narco.cultura y expresan en sí mismos y en sus modos de gobernar la narco.estética… y seducen porque son auténticos y generan identificación. ¡Los equivocados somos otros! ¡Los equivocados somos los que compramos los valores de la modernidad! Narco.lombia existe y es verdadera y seduce más que nunca.

Bogotá, Chapinero, mayo de 2009

REVISTA BRASILEIRA DE CIÊNCIAS SOCIAIS

Junio de 2009 São Paulo Vol. 24 Nº 70

CONFERENCIA: Narrar a Deus. A religião como meio de comunicação, **Enzo Pace**. ARTÍCULOS: Fragmentos de uma imaginação nacional, **Lorenzo Macagno**. A interação estrutural entre a desigualdade de raça e de gênero no Brasil, **José Alcides Figueiredo Santos**. A política da defesa brasileira: entre o racionalismo e o incrementalismo?, **Renato Dagnino**. Determinantes do acesso à infra-estrutura urbana no município de São Paulo, **Renata Mirandola Bichir**. O jogo de esconde-esconde: trabalho perigoso e ação social defensiva contra crimes predatórios entre motoboys de Salvador, Brasil, **Eduardo Paes Machado y Maria Angélica Riccio de Oliveira**. Da pluralidade dos afetos: trajetórias e orientações amorosas nas conjugalidades contemporâneas, **Sofia Aboim**. Recrutamento e perfil dos candidatos e eleitos à câmara dos deputados nas eleições de 2006, **Maria do Socorro Sousa Braga, Luciana Fernandes Veiga y Angel Miriade**. A dimensão intersubjetiva da auto-realização: em defesa da teoria do reconhecimento, **Ricardo Fabrino Mendonça**. Abordagens biossociais na sociologia: biossociologia ou sociologia evolucionista?, **André Luis Ribeiro Lacerda**. RESEÑAS.

Revista Brasileira de Ciências Sociais (RBCS) *es una publicación cuatrimestral de la Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais (Anpocs), Av. Prof. Luciano Gualberto, 315, 1º andar, USP 05508-900, São Paulo, SP. Tel.: (11) 3091.4664. Fax: (011) 3091.5043. Correo electrónico: <anpocs@anpocs.org.br>. Página web: <www.anpocs.org.br>.*