



Narcoestética: El gusto narco en Colombia en la década de los años ochenta y noventa.

Autor:

Juan Sebastián Corcione Nieto

Universidad De Bogotá Jorge Tadeo Lozano

Facultad De Ciencias Sociales

Departamento De Humanidades

Maestría En Estética E Historia Del Arte

Bogotá, D.C.

2018

Narcoestética: El gusto narco en Colombia en la década de los años ochenta y noventa.

Tesis para optar por el título de Maestro en Estética e Historia del Arte.

Autor:

Juan Sebastián Corcione Nieto.

Director:

Felipe Beltrán Vega.

Universidad De Bogotá Jorge Tadeo Lozano

Facultad De Ciencias Sociales

Departamento De Humanidades

Maestría En Estética E Historia Del Arte

Bogotá, D.C.

2018

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Ciudad y fecha (día, mes, año)

Tabla de contenido

Introducción.....	1
Capítulo 1. La cuestión del gusto.....	9
1.1 Belleza y cultivo.....	9
1.2 Hablemos de mal gusto.....	17
1.3 El gusto narco.....	21
Capítulo 2. Lo narco. Ficciones y realidades.....	27
Capítulo 3. Narcoestética: el gusto narco en Colombia.....	39
3.1 “¿Es que mi plata no vale?”.....	39
3.2 “¡Tas, tas, tas!”.....	49
3.2.1 El patrón.....	52
3.2.2 “El Traqueto”.....	59
3.3.3 “El lavaperros”.....	64
3.3.4 Matriz de análisis del <i>gusto narco</i>	67
3.3 Más allá de <i>lo narco</i>	68
Reflexiones finales.....	73
Referencias.....	76

Lista de Figuras

Figura 1. Sede actual del Club Colombia.....	41
Figura 2. Réplica del Club Colombia de José “Chepe” Santacruz en obra negra.	41
Figura 3. Retrato de Fidel Castaño por Oswaldo Guayasamín, sf.	45
Figura 4. Pablo Escobar y algunos familiares en el Zoológico de Dallas.....	55
Figura 5. Fotografía de “Tupac Amaru” disecado. Pacho, Cundinamarca, sf.	58
Figura 6. Barrio El Ingenio, Cali. Tomada de Esfera pública, 2008.	60
Figura 7. Fotografía del “Chapo” Guzmán junto a Sean Penn y modelo comercial de la camisa en venta en Amazon.com (Telemundo.com, enero 12, 2016).....	62
Figura 8. Vivienda, Cali. Luis Molina Pantin, 2004-2005.	70
Figura 9. Concesionario de automóviles, Cali. Luis Molina Pantin, 2004-2005.....	71
Figura 10. Parque Jaime Duque 1, Luis Molina -Pantin, 2004-2005.....	72

Introducción.

En 1993 el Bloque de Búsqueda mató a Pablo Escobar Gaviria, jefe del Cartel de Medellín y uno de los delincuentes más buscados de la historia reciente de Colombia. También, ese año la selección Colombia clasificó al mundial de Estados Unidos, después de ganarle 5 a 0 a Argentina. Aunque son hechos aislados, se fundieron en mis recuerdos a partir de una sola idea: la celebración. De ambos sucesos, separados por dos meses de diferencia, recuerdo los pitos de los carros, la algarabía y los abrazos. En ese entonces se creyó que con la muerte de Escobar, la violencia generada por la guerra contra el narcotráfico acabaría, así como también se creyó que un seleccionado nacional capaz de golear a Argentina sería campeón del mundo. En ninguno de los dos casos fue así. Y es que, aunque no se pueda equiparar el problema del narcotráfico en Colombia con el fútbol, ambos fenómenos están profundamente arraigados en nuestra cultura. La muerte de Escobar significó para algunos, el fin de una era de violencia y miedo a lo largo del territorio nacional, así como el partido de fútbol significaría para otros tantos, el nacimiento de una nueva época dorada para el fútbol colombiano. Y es que la historia de Colombia parece estar narrada a partir de la yuxtaposición exagerada entre alegrías y tristezas, que los publicistas y demás encargados de construir un imagen del país que han sabido explotar hasta el cansancio. Tratar de negar las implicaciones que ha tenido el narcotráfico en nuestra cultura sería como tapar el sol con un dedo, los alcances que este ha tenido en la sociedad colombiana han determinado nuestra historia reciente, de forma tal que no basta

solo con darle la espalda. Y es que por más que intentemos, como en el caso de la muerte de Pablo Escobar, pretender que el problema se puede terminar una estrategia como la denominada “guerra contra las drogas”, es un desacierto pensar que el fenómeno se puede comprender únicamente a partir de juicios de valor e imperativos morales.

El siguiente trabajo, no se presenta como una apología a la ilegalidad ni al consumo excesivo de bienes culturales por parte de los miembros de los carteles del narcotráfico, tampoco busca legitimar unos gustos sobre los otros, se trata más bien de un “dar cuenta”, desde la distancia objetiva, de un período en donde se conformaron nuevas maneras de expresar un tipo de gusto particular que aún es común en nuestra sociedad. Siguiendo las ideas del sociólogo Renán Silva (2017), entender la historia desde la moral es pensar que la humanidad siempre ha actuado de forma intencional: hacer el bien o el mal. Esto encierra la idea de que un solo suceso produce muchos efectos particulares; en realidad muchos sucesos particulares son los que producen un efecto, que debe ser leído en su contexto para comprender su significado. Un suceso puede tener un valor en diferentes momentos de la historia (bueno o malo). Esto no hace que los sucesos mantengan valores absolutos a lo largo del tiempo; el valor es relativo; es el contexto el que otorga valor a los mismos. De este modo, la presente investigación se concentra en las décadas de los años ochenta y noventa en Colombia, en donde la empresa “criminal” del narcotráfico se estableció de manera definitiva.

Han sido varios los estudios que desde las Ciencias Sociales han buscado comprender el

fenómeno del narcotráfico en Colombia, por nombrar algunos: “Droga y sociedad en Colombia. El poder y el estigma” de Álvaro Camacho Guizado (1989), “Los cinco focos de la mafia en Colombia” de Darío Betancourt Echeverry (1991), “No nacimos pa’semilla” de Alonso Salazar (1991), “Mafia y narcotráfico en Colombia. Elementos para un estudio comparado” de Carlos Medina Gallego (2012), y “Subculturas del narcotráfico en América Latina. Realidades económicas y geopolíticas y la representación sociocultural de unas nuevas ética y estética en Colombia, México y Brasil” de Nelson González-Ortega (2015). A su vez, la industria editorial encontró en las biografías y crónicas de los protagonistas de estas historias un mercado lucrativo, llegando algunos a superar récords en ventas como “La parábola de Pablo” de Alonso Salazar (2002), “Pablo Escobar. Mi padre” de Juan Pablo Escobar Henao (2014) y “El hijo del ajedrecista” de Fernando Rodríguez Mondragón (2007). La literatura ha hecho lo propio, tanto así que algunos hablan de un estilo de novela llamado “la Sicaresca”, con novelas como “El leopardo al sol” de Laura Restrepo (1993) y “La virgen de los sicarios” de Fernando Vallejo (1994). Esto da cuenta de una multiplicidad de miradas que, desde diferentes ángulos han enfrentado el fenómeno del narcotráfico. No obstante uno de los rasgos más distintivos del fenómeno, después de la violencia, es el gusto. Precisamente allí es en el escenario de la cultura donde sus gestos definitivos se expresaron abiertamente. Así, al indagar sobre las formas en que el gusto del narcotráfico se presentó y las diferentes causas y efectos del mismo, me encontré frente a la labor de rastrear en la literatura académica y de difusión, comentarios y alusiones a su consumo cultural que me permitiera construir una especie panorama general de la manera como se fue conformando lo que podríamos llamar “gusto narco”.

Pero antes de estudiar el fenómeno del “gusto narco”, es importante hacer un panorama de la estructura bajo la que funcionaron los cárteles de Medellín y Cali, las dos organizaciones más grandes de Colombia durante esas décadas. El primero y probablemente más reconocido a nivel internacional, tanto por la cantidad de estupefacientes exportados, como por los alcances mediáticos de sus actos violentos, fue el cartel de Medellín. En cabeza de Pablo Emilio Escobar Gaviria, conocido dentro de la organización bajo el pseudónimo “El doctor Echevarría” empezó su carrera delictiva en el bajo mundo de Medellín en los años setenta como asaltante y ladrón de carros. Su ascenso en la estructura narcotraficante se dio gracias a que implementó un corredor entre Perú, Bolivia y Colombia, los primeros países productores de la coca, y el último lugar donde se crearon laboratorios para su procesamiento. Bajo la tutela de Jorge Luis Ochoa, que junto a sus hermanos Fabio y Juan David que ya hacían parte del negocio del tráfico de droga, conoció a Carlos Lehder, quien empezó su carrera delictiva desde muy joven cuando se fue a vivir a Estados Unidos. Aprovechando los contactos de Ledher en Norteamérica, Pablo Escobar comenzó a enviar, con éxito, grandes cargamentos de cocaína, atrayendo a otros narcotraficantes con los que se fue asociando hasta conformar la cúpula del cartel de Medellín. A su vez, Escobar instauró las “oficinas de sicarios”, que eran ejércitos de jóvenes armados que ofrecían servicios de protección a quien los requiriera. Según Petrit Baquero (2012) este brazo armado fue el que le permitió ir sometiendo, poco a poco, a otros narcotraficantes de la región antioqueña hasta convertirse en los dueños del monopolio en el Valle de Aburrá. Así, el rasgo más característico de dicho cartel fue la violencia.

La cúpula del cartel de Medellín estuvo conformada por los Hermanos Ochoa, reconocidos caballistas y ganaderos que encontraron en el negocio de la droga una oportunidad de salir una crisis económica. Carlos Lehder, también conocido como el “Henry Ford de la cocaína”, responsable de ampliar las rutas e ingeniarse novedosas formas de transporte por el Caribe, usando como base una pequeña isla en Las Bahamas llamada “Norman’s Cay”, que era de su propiedad. Entre otros nombres también se encontraba Gonzalo Rodríguez Gacha “El Mexicano”, jefe del ala militar del cartel, su carrera delictiva empezaría como contrabandista en la frontera de Colombia con Brasil, para luego formar parte de “la guerra verde”, conflicto armado por el dominio de la explotación minera de esmeraldas en la región de Boyacá en Colombia, en donde adquirió su experiencia militar. Fidel Castaño Gil “Rambo”, quien sería una de las figuras más enigmáticas del cartel, además de ser recordado como fundador de las Autodefensas Unidas de Colombia (AUC) grupo paramilitar creado para combatir las guerrillas de izquierda en el país. Gustavo Gaviria alias “El león” primo de Pablo Escobar quien fue vital para la organización ya que era el encargado de las finanzas, sobre él afirmaría Jhon Jairo Velásquez: “Gustavo Gaviria era más peligroso con una calculadora que con una metra” (Velásquez citado por Petrit Baquero, 2012, p.61). De este modo se constituyó la estructura del Cartel de Medellín, serían estos mismos personajes quienes luego se autodenominarían “Los extraditables” y le declararían la guerra al estado colombiano con el fin de evitar la aprobación de una Ley de extradición con los Estados Unidos.

El cartel de Cali por su parte, tuvo una estructura diferente. Su cúpula fue mucho más pequeña, constituida por los hermanos Gilberto y Miguel Rodríguez Orejuela, quienes iniciaron su vida delincencial como secuestradores y asaltantes, y fueron avanzando en el negocio del narcotráfico de la mano de un negocio legal de farmacias llamadas Drogas la Rebaja, que les permitió camuflar fácilmente su fortuna. Sus socios eran José Santacruz Londoño conocido como “El estudiante”, porque había cursado algunos semestres en la universidad, y Helmer “Pacho” Herrera, el más joven y que se había ganado su lugar en la cúpula después de ser un exitoso distribuidor de cocaína en territorio norteamericano. Entre los dos carteles hubo profundas diferencias, como lo menciona el periódico El Espectador (2012): “A mediados de 1987, cuando el gobierno de Virgilio Barco emprendió una nueva ofensiva contra la mafia, los Rodríguez Orejuela, Santacruz Londoño y Helmer Herrera optaron por apartarse del todo de los métodos del Cartel de Medellín en su confrontación con el Estado” (párrafo 9). Las diferencias con respecto a sus métodos y algunas rencillas personales desencadenaron un enfrentamiento entre los dos carteles que se sumó al derramamiento de sangre que ya se vivía para entonces producto de la guerra entre el cartel de Medellín y el Estado. El papel del cartel de Cali en la persecución a Pablo Escobar está documentado en varias biografías y entrevistas a los miembros de los distintos carteles, sin embargo, el Estado colombiano jamás lo ha aceptado. En contraste con la violencia desmesurada del cartel de Medellín, el cartel de Cali afianzó, por medio de la corrupción, sus relaciones con ciertas instituciones de poder como quedaría demostrado en el escándalo del apoyo financiero a la campaña de quien en aquel entonces era candidato a la presidencia

de Colombia, Ernesto Samper Pizano, proceso denominado el “Proceso 8000”. Después de la muerte de Pablo Escobar en 1993, el gobierno y la policía dirigieron su lucha contra el cartel de Cali, logrando capturar en 1995 a los hermanos Rodríguez Orejuela. En 1996 serían asesinados en hechos aislados Helmer “Pacho” Herrera y José “Chepe” Santacruz, de esta manera la estructura del cartel quedó desmantelada. Con el final del cartel de Medellín y posteriormente el de Cali, se cerraría el primer episodio de las grandes estructuras de narcotráfico en Colombia. Sin embargo, y como era de esperarse en este tipo de organizaciones, llegarían nuevas asociaciones y actores que mantendrían el lucrativo negocio de la droga hasta hoy. Después de esta época, los narcotraficantes optaron por camuflarse entre la gente del común para no atraer la atención de las autoridades, como lo afirma el periodista Oscar Escamilla (2002): “No quieren mostrarse. Aprendieron de los errores de las generaciones anteriores. El arma de los narcos es la discreción” (Revista Semana, 2002, párrafo 12).

La vida de los capos fue narrada a partir de relatos en donde no es posible distinguir lo imaginario de lo real. Al pertenecer a la ilegalidad no es posible dimensionar completamente el fenómeno, porque aunque parecieran figuras públicas no operaban en la dimensión pública en el sentido estricto del término: a diferencia de un *personaje público*, contadas algunas pocas excepciones, no tuvieron “voz en los medios”; no daban declaraciones y no publicaron biografías. De este modo, sus vidas han sido contadas por personajes que vivieron de primera mano el fenómeno, como Juan Pablo Escobar, Virginia Vallejo, Fernando Rodríguez Mondragón y últimamente Jhon Jairo Velásquez Vásquez

alias “Popeye”. Parte mito y parte realidad, muchas de sus historias circulan también como leyendas, que se inscribieron en la memoria de todos los colombianos. De forma que, las notas de prensa, los testimonios, las crónicas y las novelas sirvieron como fuentes para reconstruir un panorama de los rasgos particulares de su gusto. A diferencia de la arquitectura, de la que aún quedan restos deteriorados como fantasmas de un pasado que se niega a abandonarnos, el reto estuvo en identificar expresiones del gusto que no propiamente se manifestaron en lo público. Es posible encontrar en prensa titulares como “¡Mira ve, ahí viene un traqueto!” (El Tiempo, 1995), “El edificio del terror” (Revista Semana, 2000) y “Montecasinos, la casa del terror” (El Espectador, 2006), cargados de una suerte de condena moral, que fue necesario dejar de lado para concentrarse en sus rasgos estéticos. En la construcción estereotipada de la ficción literaria se identifican algunos imaginarios que dan cuenta de la manera en que los narcotraficantes fueron construidos por una mirada externa a la organización. De esta forma, el presente trabajo buscó nutrirse de diferentes tipos de fuentes que permitieron comprender las formas que determinaron la expresión del gusto narco.

El presente texto está dividido en tres capítulos en lo que se problematiza el gusto narco desde la dimensión social y estética. En el primer capítulo abordaré el gusto como problema, en el sentido en que éste lleva implícitas relaciones sociales de diferenciación. En el segundo se construirá el imaginario del concepto “narco” a partir de tres frentes: el imaginario noticioso, el señalamiento de las burguesías establecidas hacia los narcos (ostracismo) y la autorepresentación. Y en el último, mostraré las manifestaciones

específicas que pertenecieron al “gusto narco” como tal.

Capítulo 1. La cuestión del gusto.

1.1 Belleza y cultivo.

Hablar del gusto no resulta tarea fácil debido a que sus lógicas se expresan, aparentemente, desde diferentes ángulos. Por un lado, el gusto como problema filosófico y, por otro, la interiorización del término en la práctica cotidiana de los sujetos sociales que, bajo la proverbial y mal utilizada forma de “entre gustos no hay disgustos”, dan por resuelta cualquier posibilidad de análisis reduciendo su manifestación a lo meramente subjetivo. Sin embargo, analizar el fenómeno requiere la comprensión de las transiciones que se han dado en el campo de la estética y el arte, así como sus posibilidades transfronterizas, que al ampliar el espectro, proponen nuevas miradas sobre el gusto y su papel en las relaciones sociales hoy en día.

A finales del siglo XVIII el nacimiento de la singularidad del arte coincide históricamente con el de las reflexiones estéticas como resultado de lo que, unos años después, Max Weber estableció como el nacimiento de la modernidad cultural, es decir, la configuración de 3 esferas de valor autónomo: *ciencia, moralidad y arte*. Dicho nacimiento se presenta como un quiebre a la tradición occidental: ahora el arte, desligado de los signos de legitimidad entre lo verdadero y lo bueno (la separación entre arte y vida), debe encontrar sus propias reglas que determinen qué debe considerarse bello y qué no.

El nacimiento de la Estética ilustrada resulta fundamental a la hora de comprender la forma en que la filosofía buscó enfrentar un problema evidente: de qué manera se construye la intersubjetividad de los diferentes juicios valorativos sobre la belleza. Acerca de esto, Laura Quintana (2006) reconoce que aunque la mayoría de filósofos de finales del siglo XVIII divergieran en sus posturas sobre el problema del gusto, todas las teorías apelaban a que existía una convergencia en cuestiones estéticas, que a su vez, se relacionaban con la capacidad cognitiva. De todos los postulados teóricos de la época hay una diferencia analítica en el ensayo “Sobre la norma del gusto”, publicado en 1757 por el filósofo empirista David Hume. Quintana (2006) afirma que dicha diferencia radica en que este enfatizó en el reconocimiento de la “diversidad de gustos”, en otras palabras, no concentró sus esfuerzos en la unanimidad sentimental partiendo de la condición universal del ser humano, sino en la búsqueda de formas de consenso. Así se propuso construir una norma que resolviera *el dilema del sentido común*: por sentido común hay objetos que merecen ser más valorados que otros “... de acuerdo con su ingenio, elegancia y belleza” (Quintana, 2006, p. 57). Además, reconocer que aunque haya una “virtud general” se diversifica en lo particular. Esta autora tiene razón en afirmar que el ensayo se limita únicamente a mostrar “los dos cuernos del dilema” sin demostrar de forma precisa los principios de la misma, ni proporcionar una solución clara, sin embargo, en el intento de construcción de la norma, la *aísthesis*, propuesta por Hume resulta relevante a la hora de determinar cuáles son los factores que operan dentro de lo que es aprobado o no en el terreno del gusto.

El eje central de la norma se fundamenta en la “comunidad ideal de críticos”, quienes por medio de la experiencia, dotados del “buen sentido” y “libres de prejuicios”, logran desarrollar y perfeccionar “la delicadeza del gusto”, por lo que adquieren la capacidad de distinguir obras de aprobación perdurable, dicho de otra forma, son capaces de discernir la sutileza particular de lo general. Esta capacidad se adquiere por medio de la experiencia, por ende, el “crítico ideal” es un “experto del gusto” que, en palabras de Hume (1757): “En casos en que no está auxiliado por la práctica, el veredicto suele ir acompañado de confusión y duda” (p.43). Una idea clara sobre la consecución de tal “agudeza estética” es que se adquiere contextualmente a través de cierto tipo de educación congénita, *aisthesis* asociada al contexto.

Fiel a la filosofía empírica, Hume (1757) propuso su norma a partir del conocimiento determinado por la experiencia: “Es evidente que ninguna de las reglas de composición están fijadas por razonamientos *a priori* y que tampoco deben considerarse como conclusiones abstractas del entendimiento a partir de la comparación de tendencias o relaciones de ideas que sean fijas e inmutables” (p. 43). De este modo planteó que hay una relación entre el gusto mental y el gusto sensorial como una condición necesaria para que exista la norma. Sin embargo y como apunta Quintana (2006), se evidencia *el dilema del sentido común* contra la diversidad de gustos, sin profundizar en qué condiciones la norma se produce. En su elaborado ejemplo sobre la necesidad de la investigación empírica al

enfrentarse a los fenómenos y estructuras de las obras producidas dentro de la comunicación de masas titulado “Hume y el indio”, Umberto Eco (1968), edificó un planteamiento a favor de la “Norma del gusto” en el que demostró cómo el investigador está obligado entonces a conocer las estructuras del objeto que resultan determinantes a la hora de fruición del mismo, es decir, el investigador en estética debe alejarse de la mirada de lo “culto” que por principio y, asociada a la herencia de la tradición cortesana en la estética ilustrada, rechaza todo lo que no se identifica como legítimo de “aberrante”. Afirma que la investigación de las estructuras del objeto debe ir precedida de una investigación interdisciplinar. En el entusiasmo de Eco encontramos una invitación a renunciar a los modelos de distinción existentes dentro de la noción de legitimidad cultural, y a dejar de lado el antagonismo entre alta cultura, cultura de masas y cultura popular (modelo definitorio de cultura en la modernidad). Sin embargo, es necesario indagar sobre las nociones que operan en dicha distinción para identificar la forma en que la cuestión del gusto se ha configurado como eje central en las discusiones estéticas.

En cuanto a resultado moderno, la jerarquización de la cultura puede entenderse como el proceso de categorización de los productos culturales que circulan en la vida cotidiana. Dicha categorización configura el efecto de los mismos y pareciera que sus esquemas de valor estuvieran determinados por operaciones antitéticas basadas en esferas de legitimidad: buen gusto vs. mal gusto. La operación definitoria sobre el gusto también puede rastrearse desde la filosofía ilustrada, por ejemplo, en los postulados trascendentales de Kant. En “La crítica del juicio del gusto” (1790), se haya un esfuerzo absoluto por definir lo que es bello

y lo que no. Así, en *La analítica de lo bello*, Kant se propone dividir radicalmente lo bello, de lo bueno y lo agradable. Al igual que Hume, parte del hecho de la diversidad de gustos y apela a una especie de *sensus communis*, sentido común del gusto que se produce en unas condiciones ideales, condiciones determinadas por la distancia y la reflexión: *askesis*. Para él lo bello es un sentimiento libre, desinteresado, y universal. Sin embargo, dicha libertad y las condiciones donde se supone debe producirse pueden resultar dudosas; como afirma Carl Wilson (2014) en su ensayo *Música de mierda*: “El lector moderno no puede evitar tener la sensación de que las condiciones ideales de Kant se parecen sospechosamente a la vida que debía llevar un aristócrata educado del siglo XVIII en la cultivada ciudad de Königsberg” (p. 104). Aunque se diferencian radicalmente la *aisthesis* de Hume, para la cual es necesaria la experiencia del mundo (el cuerpo), y la *askesis* de Kant, en donde el intelecto juega el papel determinante (el espíritu), comparten la naturaleza del pensamiento ilustrado, la noción de cultivo. Sobre el primero, Wilson (2014) argumenta que su norma se trata de una visión tautológica: “La afirmación de Hume de que al crítico se le deben presuponer una experiencia y unos conocimientos amplios podría calificarse también de prejuicio, un sesgo a favor de la tradición que probablemente castigaría cualquier desviación de los estándares elevados...” (p. 103). Es entendible que los postulados de la estética ilustrada resulten sospechosos a la hora de comprender el sentido del gusto hoy, no obstante y como propone Rubiano (2007), allí se encuentra la raíz de la jerarquización cultural y sus definiciones categóricas: “Es necesario tener en cuenta que la tradición ilustrada de la cultura es heredera de la concepción cortesana del gusto que busca distinguirse del pueblo en su lenguaje, estilo, ademanes y conducta...” (p.155). En otras

palabras, en aquel entonces, como hoy, el gusto se presenta como una estrategia de distinción entre clases sociales.

El sociólogo de la cultura Pierre Bourdieu resulta ser un referente necesario a la hora de hablar del gusto en el escenario de lo social. En 1979 publicó una extensa investigación llamada *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto*, que se convirtió en un hito en la historia de las ciencias sociales. En sus esfuerzos por comprender la forma en que los franceses de la década de los años sesenta consumían los bienes culturales, descubrió una contraposición a la filosofía ilustrada, particularmente con referencia a Kant, en la que el gusto no es desinteresado, sino todo lo contrario, en el gusto se encuentra un interés social y dicho fenómeno expresa complejas estructuras sociales. De hecho, su lectura sobre los postulados kantianos los reunió en un último capítulo de su investigación llamado *Post scriptum: elementos de una crítica “vulgar” de las críticas “puras”*, en donde decretó la forma antagónica en la que se legitima la “estética culta” con respecto a las demás formas de producción del gusto. Para empezar, identificó la respuesta virulenta con la que se rechaza todo lo que no es considerado “difícil”, al plantearlo como una “repugnancia por lo fácil”: “... rechazo por lo fácil en sentido de simple, sin profundidad y que cuesta poco” (Bourdieu, 1979a, p. 570). De este modo, todo lo que sea de fácil acceso, es decir que no tenga un alto costo intelectual, será violentamente rechazado por el gusto culto. Según esto, lo “fácil” utilizará entonces estrategias simples de seducción que terminan siendo efectivas para la mayor cantidad de gente posible, goce del cuerpo “inmediato y vulgar” descubriendo una animalidad sobre la que hay que construir una superioridad moral. Fundamentalmente lo que se puede identificar de la lectura Bourdiana de Kant es una

condena ilustrada al cuerpo, inferior a la mente, y una necesidad de disciplinamiento del mismo. Así según dicho enfoque, el placer debería ser depurado una y otra vez, alejándose de su inmediatez corporal para alcanzar una “superioridad moral”. Empero, la dicotomía cuerpo/mente, evidente en la premisa Kantiana puede ser entendible en la medida en que, como afirma Mark Johnson (2007), la tradición filosófica ilustrada fundamentada en *la psicología de las facultades* consideró el arte, y en general a los sentimientos, como *facultades inferiores* innecesarias a la hora de construir sentido y de comprender el mundo.

A la luz de las relaciones sociales, en definitiva el interés de Bourdieu, efectivamente dicha condena resultaría en una distinción de clases. Este autor afirma que “... la antítesis entre cultura y el placer corporal (o si se quiere el de la naturaleza) se enraíza en la oposición entre la burguesía cultivada y el pueblo...” (Bourdieu, 1979a, p.575). Aunque se presente como una simple operación discriminatoria entre lo bello aprobado y lo que no, los mecanismos de la legitimidad cultural revelan el acervo teórico de Bourdieu. Como postulado conceptual la noción de *campo* resuelve la articulación entre lo objetivo y lo subjetivo, dado que allí se reproduce la vida social. En *El sentido práctico* (1980) Bourdieu afirma que los campos son espacios dinámicos que se expresan por la existencia de un capital común y las luchas por su apropiación. De este modo, el campo de aprobación del gusto estará en manos del campo cultural determinado y sus estrategias de acumulación de capital cultural en busca de legitimidad, se presentarán como relaciones de fuerza. El gusto se presenta como una estrategia de legitimidad y movimiento en el espacio social definido por las coordenadas *dominante y dominados*. Esto puede entenderse como que en el terreno del gusto una clase *dominante* impone las reglas (lo aprobado) que los *dominados* buscarán

alcanzar.

La jerarquización de la cultura categorizada por Bourdieu (1979) en niveles: *alto*, *medio* y *popular*, y ampliada por él mismo al incluir su dimensión subjetiva en *gusto legítimo*, *gusto medio* y *gusto popular*, determina la circulación de los bienes culturales no por sus condiciones objetuales sino por la forma en que cada clase social lo dispone. Como afirma García Canclini (1990), un mismo *bien* puede ser utilizado por diferentes clases sociales, la diferencia está en la forma de usarlo. Analicemos entonces, la forma en que cada categoría se construye. El *gusto legítimo*, también llamado por Bourdieu *gusto burgués*, se estructura en su separación de la vida cotidiana, es decir, se expresa de forma autónoma. El público de este tipo de *bienes* configura una distancia, (ascetismo puritano) y es capaz de entenderlas en conjunto con su sentido estético. Allí se encuentra también el *arte por el arte*: el público *culto* buscará igualar las condiciones intelectuales del campo artístico autónomo para ejercer su comprensión.

Por otro lado, el *gusto medio* está asociado a la producción masiva de bienes culturales en los que las condiciones de legitimidad no son propias sino externas. En palabras de Bourdieu *heteronomía*: “las obras mayores de las artes menores” que operan como forma de sustitución de las obras más elevadas. El *gusto popular*, diferente al *gusto burgués*, se basa en su cercanía a la vida cotidiana, es pragmático. Incluso las decisiones suntuosas tienen que ver con ello, como lo explica Bourdieu, ocurren como una forma de obtener mayor efecto al menor costo, oposición al *gusto burgués* que busca menor efecto a mayor

costo intelectual.

Al introducir la dimensión sociológica en el análisis del gusto no podemos dejar de lado lo propuesto por Veblen y su teoría sobre el *consumo conspicuo*, asociado a una nueva clase social: *la clase ociosa*. Este autor buscó dimensionar las formas del consumo asociadas a un sentido de clase. Para él, la ostentación no es más que la traducción simbólica del poder adquisitivo y el escenario de la movilidad de clases que se manifiesta es un proceso de emulación de dicho exceso. Sin embargo, podría resultar peligroso conformarse con esta explicación, pues como lo demostró Bourdieu, cada clase manifiesta en el consumo del gusto relaciones de poder en campos determinados. Así al expresar la operación *gusto burgués vs. gusto popular* Bourdieu identificó que el ostento no es una simple práctica de imitación, sino que responde a unas condiciones sociales determinadas, es decir, que cada clase tiene un gusto particular en sí misma.

1.2 Hablemos de mal gusto.

Sigamos la estructura de la pregunta con la que Barbara Kirshenblatt – Gimblett (1998) empieza su ensayo *Disputing taste*: ¿Qué tienen en común una pintura de unos caballos galopando al atardecer, un automóvil con accesorios bañados en oro y una porcelana de una pelea de gallos?, nada más que aquellos que lo consideran *mal gusto*. Es el dedo que señala lo que los agrupa en esta categoría. Kirshenblatt–Gimblett menciona que el *mal gusto* es una de las formas en que el *buen gusto* se declara a sí mismo, los que reafirma la idea de

García Canclini (1990): *bienes* de una misma índole pueden circular en un mismo periodo de tiempo y ser categorizados como una cosa o la otra; entonces, lo que define su lugar es la circulación de valor.

Bajo este enfoque, el *sentido común* enunciado por Kant y Hume en el siglo XVIII podría entenderse hoy como un *sentido de clase*, es decir, un acuerdo entre las clases dominantes del gusto para dotar algo de signos de legitimidad -lo que es aprobado y lo que no- y en ese orden de ideas, al estar definido por el arbitrario de lo social, el *mal gusto* es visto como un “crimen”. Sin embargo, no es un hecho fortuito, en definitiva y como afirma Eco (1968), todos parecen saber qué es el *mal gusto* pero nadie logra definirlo.

La condena contra el *mal gusto* no es nueva, ya en Alemania en el siglo XIX se había dictado su sentencia. Bautizado como *kitsch*, el término buscó darle un lugar a cierto tipo de obras que circulaban como parte del consumo cultural de una creciente nueva clase social, y aunque sobre el origen del término aún existen diversas teorías, lo *kitsch* parece fácilmente identificable. Norbert Elias (1935) estableció su origen como resultado del cambio en el dominio del buen gusto: las buenas prácticas *-el savoir vivre-* dejó de transmitirse de forma intangible y automática entre miembros de un cuerpo social y pasó a ser objeto del adiestramiento individual dirigido por especialistas. De este modo, la tensión que se desarrolló partió de la separación entre el gusto especializado y el de la gran masa. Así, el estilo kitsch no es otra cosa que la expresión de dicha separación. El campo autónomo de especialistas (artistas, críticos, salones, etc.) empezó a construir estrategias de

distinción con respecto al creciente gusto masivo basado en maniobras “efectistas” de seducción. Dicha acusación opera solamente en contextos culturales en donde el arte es un campo autónomo separado de la praxis cotidiana, que requiere que el objeto artístico se aleje de la *artisticidad* y se concentre en su condición de *forma de conocimiento*. Esto permite una contemplación distanciada y desinteresada, también identificada por Eco (1968) como producto de la dialéctica entre vanguardia y *kitsch*: “... cuando la vanguardia crea una obra artística pone en evidencia los procedimientos que conducen a ella, y los elige como objetivo de su propio discurso, mientras que el kitsch pone en evidencia las reacciones que la obra ha de provocar” (p.400).

En la búsqueda del efecto sobre todas las cosas radica la condena hacia el *kitsch*. Hermann Broch (1933) por ejemplo, no escatimó esfuerzos en denunciarlo vigorosamente: “la esencia del kitsch consiste en la substitución de la categoría ética con la estética; impone al artista la obligación de realizar, no un «buen trabajo» sino un «trabajo agradable»: lo que más importa es el efecto” (p.31). Y va más allá, incluso señalando a los artistas *kitsch* como “abyectos”. Por lo tanto, y desde principios del siglo XX, el fenómeno fue visto como apología de la buena vida y persecución de los valores burgueses establecidos, de allí que la gran mayoría de movimientos de vanguardia buscará expresar en la forma estrategias de escape a la complacencia empalagosa y cursi del “efecto por el efecto”.

Aún así, no podemos pasar por alto al tipo de consumidor de dicho fenómeno, denominado como *hombre-kitsch*, un “...inoportuno sentido hedonístico ante lo artístico y lo bello”

(Calinescu, 1976, p.63), capaz de convertir en *kitsch* hasta lo que no es. Su condición responde a cabalidad con la lógica moderna de la industrialización: la optimización del tiempo. Se debe llenar la mayor cantidad de tiempo libre con la mayor cantidad de emociones posibles, de este modo, dichas emociones deben producirse de forma fácil. Por ende, la producción del *kitsch* responde a las necesidades del mercado y su naturaleza “efectista” se dimensiona como una “mentira”, que en la relación de oferta y demanda admite tanto al que miente como a la víctima que está dispuesta a aceptar la mentira: engaño y autoengaño. Apropiémonos entonces de la aproximación sobre el fenómeno que nos ofrece Calinescu (1976), aceptando como él, que una definición concreta del mismo es imposible:

¿Qué es en definitiva el kitsch? No existe, por desgracia, ninguna definición que por sí sola pueda servir. Sin embargo, combinando el enfoque histórico (el kitsch surge del Romanticismo), el sociológico (el kitsch está estrechamente unido al industrialismo y al desarrollo del ocio) y el estético- ético (El Kitsch es arte falso, producción de “mentiras estéticas”) podemos aprehender satisfactoriamente el fenómeno. (Calinescu, 1976, p. 67)

Para el autor, afirmar que la estilística *kitsch* es sinónimo de mal gusto es inexacto, y puede tener razón, sobre todo en los últimos sesenta años como sancionó Meyer Shapiro “*Kitsch is chic spelled backwards*”. Sin embargo, al poner en tensión las diferentes sentencias que a este se le imputan y entender la lógica de donde provienen, se nos presenta un camino de análisis sobre el gusto que ya se había introducido en el presente texto. Primero, que el

nacimiento de la estética y de un campo del arte, parcialmente autónomo, coinciden con las ideas modernas de progreso. Segundo, que la llegada de una nueva clase social activó nuevas formas de producción (y por ende de consumo) reconfigurando el sentido del concepto de lo bello ubicándolo en un escenario de disputa (relaciones de poder). Y tercero, que dicho escenario está mediado por lo arbitrario de lo social.

Entonces, ¿por qué pensar el mal gusto como categoría? Pues bien, como apunta la investigación de tipo Bourdieana, el gusto es una forma de distinción centrada en las prácticas culturales, es decir, que no basta con un número de características formales para determinar a un objeto artístico de buen o mal gusto, sino que también el modo de uso de los mismos. En dicha relación categórica de circulación de productos artísticos, lo que es considerado buen gusto funciona como signo de legitimidad sólo en oposición al mal gusto. Para que exista dicha distinción debe haber un lugar desde donde configurar la brecha, y es a eso a lo que nos referimos con *sentido de clase*.

1.3 El gusto narco.

No es exagerado afirmar que el fenómeno del narcotráfico ha constituido la historia social y cultural de Colombia en los últimos cuarenta años, y que por más que exista todo un aparataje publicitario dirigido a intercambiar los valores sobre lo que es “ser colombiano”, la práctica narcotraficante se ha instaurado en la realidad del país de tal forma que es imposible no considerarla dentro de la representación de lo colombiano. De este modo, el

prefijo *narco* se ha configurado como un comodín gramatical para enunciar cierto tipo de manifestaciones en diferentes escenarios de lo social, que de forma directa o indirecta, tienen que ver con la producción y distribución de estupefacientes. Más allá de la empresa criminal el prefijo *narco* dota de un nuevo sentido a la palabra que lo precede, constituyéndose como un universo en sí mismo.

El narcotráfico empezó en el país a mediados de los años setenta, sin embargo, su constitución como clase social puede rastrearse desde principio de los años ochenta cuando la producción y exportación de cocaína adquirió nuevas dimensiones, permitiendo a pequeños grupos sociales dueños de dicha producción establecerse como particulares sectores de la burguesía. Álvaro Camacho Guizado (1988) señala que la condición ilegal e ilegítima de las mafias no debe negar su papel como dueños de medios de producción “...de agentes de capital en un proceso productivo y/o de circulación que se apropian de un plustrabajo ajeno” (p.26). Insertos en el sistema social, las mafias empiezan a aparecer como “nuevos empresarios” en las principales ciudades del país. Como segmentos particulares, su papel en la estructura social responde a las determinaciones que el capitalismo les asigna. Camacho afirma que esto corresponde a la defensa de un orden histórico y la ligazón de los intereses de la burguesía en su conjunto. Dicha particularidad se presenta bajo una aparente antítesis de principios, que se relaciona con una actitud conservadora para esconder su evidente ilegitimidad: “En efecto , la necesidad de lavar el origen de la fortuna conduce no solamente a exaltar los valores tradicionales asociados a la legitimidad - religiosidad, solidaridad grupal, ética -, sino a asociarse con los grupos que

activan dicha legitimidad” (Camacho, 1988, p.27).

Fue esta primera ola del narcotráfico la que sufrió la transformación simbólica de “*nuevo rico*” a “*enemigo público número 1*”, y aunque las razones de dicho cambio son fácilmente identificables en los hechos político-sociales del país, sus increíbles fortunas empezaron a circular, inicialmente, de forma abierta y legítima en buena medida porque dichos capitales lograron activar casi la totalidad de los sectores económicos. Por ejemplo, es bien conocido el caso de “*la ventanilla siniestra*” (1974 - 1978), en donde el Banco de la República, con la permisividad gubernamental, sirvió para el lavado de divisas. Aunque esta creciente economía era bien recibida por todos, en el escenario de la movilidad social las burguesías establecidas no escatimaban esfuerzos en construir brechas de distinción: “Los ricos tradicionales los recibieron al mismo tiempo con ganas y desdén - que buena su plata, pero qué pereza ellos, hijos de negros pobres, plaga de mal gusto” (Salazar, 2012, p.51).

De la mano de esta circulación de capitales se empezó a conformar un gusto particular en algunas ciudades del país, principalmente en Cali y Medellín, que respondía a formas singulares que buscaban expresar dicha acumulación exacerbada. No es aventurado afirmar que la arquitectura fue su primer y constante rasgo evidente, y como afirma Adriana Cobo (2008), incluso hoy en día, lo único que queda de aquel entonces son las construcciones abandonadas y deterioradas. Esto puede responder a varias causas, por un lado la relación entre arquitectura y poder que data desde los principios civilizatorios de las diferentes culturas, y por otro, la movilidad social en Colombia, un país mayormente rural, se ha

manifestado a través de la colonización del espacio. Así, las principales ciudades fueron colonizadas poco a poco por manifestaciones extravagantes que ponían en tensión los valores estéticos tradicionales¹. Aunque a esta altura es arriesgado hablar de un proyecto estético *narco*, si se hizo evidente la rapidez con la que ésta nueva clase social se fue apropiando de las ciudades, como lo anotara Alonso Salazar en “La parábola de Pablo” (2012):

Los Carros de lujo daban vueltas incesantes en exhibición pública, las casas se llenaron de budas de panza generosa y porcelanas orientales, de Venus de Milo y esculturas en mármol, de muebles dorados al estilo de los luses de Francia, pinturas fosforescentes y un sinnúmero de objetos que los gustos refinados calificaron como *loberías*... (Salazar, 2012, p.51).

Aunque resulte ineficaz preguntarse por quién fecunda a quién -si las formas sociales a las estéticas o viceversa-, la distribución de la estructura social organiza las formas de producción y percepción estética como plantea Bourdieu, por lo tanto, es inevitable pensar en un *ethos* narco expresado en un *phatos* particular en Colombia en la década de los ochenta y noventa. Precisamente, es factible proponer el análisis de un gusto narco que conformó un universo simbólico peculiar del que hoy todavía podemos dar cuenta. En el juego de acumulación e intercambio de capitales, los narcotraficantes contaban con un

¹ Cabe anotar una doble forma de colonización asociada al narcotráfico que constituyó una nueva distribución del territorio nacional, por un lado las ciudades y sus construcciones monumentales, y por otro el campo y sofisticados cultivos y laboratorios para el procesamiento de coca.

ilimitado capital económico y un muy bajo capital cultural, ausente de signos de consagración. Las clases dominantes en el escenario del gusto no demoraron en condenarlo, e incluso en clasificarlo de aberrante; por más estrategias de acumulación que los narcos expresaran, sus gestos siempre fueron categorizados como manifestaciones de *mal gusto*.

En respuesta a las lógicas del *gusto legítimo*, que debe presentarse como autónomo y desinteresado, la distinción de clase efectuada por la burguesía parte de un esfuerzo por demostrar que sus privilegios nada tienen que ver con el capital económico mientras que el gusto popular pone en práctica el consumo de bienes culturales a partir de “la elección de lo necesario”: “La burguesía desplaza a un sistema conceptual de diferenciación y clasificación el origen de la distancia entre las clases” (García Canclini, 1990, p. 19).

Ahora bien, es necesario tener en cuenta algunas consideraciones sobre la teoría de Pierre Bourdieu y su aplicación en América Latina. Como afirma García Canclini (1990), en nuestras sociedades no existe un “mercado de capitales simbólicos unificado”, más bien se presenta de forma “fragmentada”. Además, dichos capitales populares también han funcionado como soporte cultural de un sinnúmero de formas en oposición a lo hegemónico, por lo que es imposible reducir tantas expresiones populares (lingüísticas, artesanales, etc.) asociadas a nuestra naturaleza cultural como formas subordinadas del gusto legítimo. Pese a que no resulte del todo cómodo, por las implicaciones éticas del fenómeno, pensar que existe una forma particular de ver y expresar el mundo, que se construye desde el narcotráfico, no es del todo descabellado. Expresado a partir de una

compleja elaboración simbólica, el gusto narco no puede reducirse a la mera ostentación como forma de poder , ni entenderse, únicamente, como una lucha por la legitimidad cultural. En el universo simbólico del consumo cultural de una clase social que, nos guste o no, excede los límites de la naturaleza delictiva de su práctica y que forma parte de la circulación de significado en el sentido de la vida social de todos los colombianos.

Capítulo 2. Lo narco. Ficciones y realidades.

La palabra *narco* empezó a formar parte del lenguaje cotidiano en Colombia hace relativamente poco. Su popularización se encuentra estrictamente relacionada con la necesidad estatal de enfrentar lo que en ese entonces era un “nuevo enemigo”, y aunque podamos encontrar diferentes estudios que den cuenta de la naturaleza del fenómeno², sus causas y efectos, pocos nos dan luces sobre *lo narco* como una categoría específica. De este modo, dicha perspectiva parece haberse interiorizado, primero en la práctica cotidiana y luego como objeto de estudio de las ciencias sociales. Hoy en día es posible hablar del fenómeno *narco* incluso como un género de ficción televisivo o cinematográfico en Colombia, pero más allá de la discusión moral y ética alrededor de la validación de lo *narco* como un producto identitario colombiano, resulta interesante preguntarse por qué unos eventos que sucedieron en nuestra historia llegaron a sobrepasar la realidad para fijarse en el imaginario colectivo: como afirma Armando Silva (2015), lo *narco* es nuestro *western*.

Ante la imposibilidad de dimensionar la estructura y los alcances del narcotráfico, sobre todo en esos primeros años, parte de su historia fue presentada por medio de una espectacularización que se construyó desde tres diferentes frentes. Por un lado el enfoque

² Desde la Sociología resulta relevante el trabajo realizado por Álvaro Camacho Guizado a finales de la década de los ochenta : *Droga y sociedad en Colombia. El poder y el estigma* (1988). A su vez, vale la pena resaltar, el trabajo investigativo de Alonso Salazar en *No nacimos pa' semilla* (1990) y *La Parábola de Pablo* (2001).

ideológico-estatal masificado a través de los medios de comunicación, que buscaba provocar un efecto de rechazo en la opinión pública. Por otro lado las formas de exclusión y ostracismo que sufrieron los narcotraficantes por parte de los miembros de las élites establecidas, quienes poco a poco fueron testigos de la aparición de “nuevos ricos” y , por último, la auto-representación que los *sujetos narco* hacían de sí mismos. No obstante, es necesario mencionar el sentido problemático de la palabra *narcotráfico*, que no contempla la totalidad del fenómeno, y se concentra únicamente en la producción, dejando de lado otros factores como, por ejemplo, el consumo. Esto responde claramente a una intencionalidad política y colonial que puede rastrearse desde el planteamiento mismo de “la guerra contra las drogas”, propuesto por el gobierno norteamericano en la década de los años setenta, y como afirma Darío Betancourt Echeverry (1991):

El término narco-tráfico esconde, en realidad, una intencionalidad política, económica y cultural imperialista y pro-norteamericana; puesto que además de no ser narcóticos ni la marihuana ni la cocaína, dicha definición no involucra a los consumidores ni a los lavadores de dólares en Norteamérica, pretendiendo de este modo darle una calificación latinoamericana y racista a la producción, comercialización y consumo de psicotrópicos. (Betancourt, 1991, p. 2)

Por ende al resultar insuficiente el término, nos concentraremos aquí en llamar al fenómeno *lo narco*, buscando abarcar de la mejor manera las diferentes formas que se relacionaron en la representación y el imaginario de los narcotraficantes.

Como parte de la estrategia *ideológico-estatal* Álvaro Camacho (1988) identificó que el tratamiento noticioso sobre el narcotráfico fue más especulativo que fiel, porque cumplía con unos objetivos definidos: “En efecto, no es inocente la práctica periodística que presenta diariamente elevadísimas cifras acompañadas de epítetos inequívocos sobre las «tenebrosas bandas», «Los inescrupulosos del tráfico de droga»” (Camacho, 1988, p.20). Esto a su vez contaba con una exaltación de las prácticas represivas y el enaltecimiento de la eficiencia de la autoridad, con el ánimo de personificar el bien común y el imperativo moral. La naturaleza ilegal de la práctica narcotraficante y sus formas sociales representó, también, una oportunidad inmejorable en el mercado de la información y las imágenes noticiosas. Este nuevo enemigo, que había pasado desapercibido por algún tiempo, empezó a ocupar las primeras páginas de la prensa tanto que, poco a poco, el periodismo se convirtió en objetivo de los carteles y sufrió, sin tregua, su violencia desmesurada³.

Los diferentes análisis históricos⁴ sobre el surgimiento del tráfico de drogas en Colombia concuerdan en que su principal antecedente fueron los pequeños grupos de contrabandistas de la costa norte del país y su transición a *marimberos*⁵, quienes crearon las redes de tráfico

³ El diario *El Espectador*, fue víctima de diferentes ataques que culminaron con el asesinato de su director Guillermo Cano el 17 de diciembre de 1987 y un atentado terrorista en sus instalaciones el 2 de septiembre de 1989.

⁴ Véase: *Los cinco focos de la mafia en Colombia (1968-1988). Elementos para una historia* de Darío Betancourt Echeverry (1991) y *El ABC de la mafia. Radiografía del Cartel de Medellín*, de Petrit Baquero (2012).

⁵ Bajo este término se acuñó a los contrabandistas que en la década de los sesenta y setenta, empezaron a cultivar y traficar con marihuana de la Sierra Nevada de Santa Marta.

que más adelante serían aprovechadas por los empresarios de la coca, conformándose así, como una organización mafiosa. Sin embargo, la constante que determinó la transformación fue su relación con el territorio, tal y como sostiene Darío Betancourt Echeverry (1991), quien afirma que para entender a la mafia Colombiana, a diferencia de las estructuras mafiosas tradicionales, es necesario comprender los núcleos donde se fueron desarrollando: *el núcleo costeño, el núcleo antioqueño, el núcleo central y el núcleo valluno*. En otras palabras, que al no existir una cohesión jerarquizada y estructurada como una familia, lo que se conformó fue una red de agentes locales que fueron ascendiendo por medio del compadrazgo y el apoyo popular. Dicho ascenso se expresó en la movilidad sobre el territorio, así, por ejemplo, los barrios burgueses de las principales ciudades del país se fueron reconfigurando poco a poco en su espacio social⁶.

Producto de esta migración se construyeron relaciones que, siguiendo los conceptos de Elias y Scotson (1976), pueden entenderse como ilaciones entre *establecidos* y *marginados*. Basados en el rechazo que ejercieron los habitantes de una pequeña población inglesa sobre un grupo de recién llegados, Elias y Scotson, elaboraron un ensayo teórico en el que buscaron indagar las formas cómo se da la lucha por el dominio en el espacio social, y la configuración de fronteras, en la vida barrial por grupos cuya diferencia no radica en problemas raciales, étnicos o religiosos. La forma cómo las élites recibieron a estos “mágicos” -como se les conoció en un principio por su capacidad de hacer aparecer de la

⁶ De acuerdo con Bauman (1993) el espacio social debe verse como una interacción entre tres procesos entrelazados: “espaciamentos” cognitivos, estéticos y morales. Así, el espacio está relacionado con la experiencia social de los individuos.

nada grandes fortunas y demás-, podría comprenderse desde la condición anómica propuesta por estos autores. Así, aunque ambos grupos estaban ligados por los servicios que uno le prestaba al otro en la construcción de identidad, los *establecidos* (las élites) reclamaron la administración del espacio social por medio del rechazo fundamentado en su antigüedad, mientras que los *marginados* (los narcos) ejercieron infructuosas estrategias para ganar su aceptación. Producto de esto se fue construyendo un proceso de segregación y ostracismo, configurando a los *sujetos narco* como *ellos, los otros*, tal y como lo mencionó Salazar (2012): “que buena su plata, pero qué pereza ellos, hijos de negros pobres, plaga de mal gusto”.

Por supuesto, esta representación que de *ellos* se fue sembrando en el imaginario de las “ciudadanos de bien”, estaba rodeada de un halo de misterio. *Ellos*, los mágicos que “todo lo pueden”, que “para todo les alcanza”, fueron el centro de múltiples elucubraciones, de teorías espectaculares que alcanzaron el nivel de leyendas urbanas⁷, como lo que materializó dicha separación. Como lo identifica Elias y Scotson (1976): “La estigmatización como aspecto de una relación de *establecidos* y *marginados* con frecuencia se encuentra relacionada con un tipo específico de fantasías colectivas, desarrollada por un grupo de *establecidos*” (p.111). Esas fantasías son expresadas como estigma social y llevadas al plano de lo objetivo. De este modo, el grupo que estigmatiza se lava las manos:

⁷ Entre los muchos mitos que circularon en la época, hay varios que aún sobreviven el paso del tiempo. Como el del supuesto carro baleado que conservaba Pablo Escobar en la Hacienda Nápoles, y que, como afirmaban algunos, había sido en donde fueron asesinados la famosa pareja de criminales norteamericanos Bonny and Clyde. Sin embargo, y como señala Juan Pablo Escobar (2014), realmente se trataba de un carro construido a partir de las partes de otros carros, al que un día, su padre, ordenó disparar por diversión.

“...no fuimos *nosotros* - así reza la fantasía - quienes imprimimos un estigma en esa gente, sino que fuerzas superiores, los creadores del mundo, han marcado a esos hombres como gente inferior o mala” (Elias y Scotson, 1976, p.111). El señalamiento edificado en el escenario de lo objetivo, como estrategia de superioridad moral, puede responder a la pugna por la legitimidad que históricamente se presentó en la lucha de clases en Colombia entre *vieja y nueva burguesía*. Esta pugna alcanzó mayores dimensiones debido a que la *vieja burguesía*, que también conformaba la clase política tradicional, reclamó su preponderancia moral en el escenario de lo público. Tal y como lo señala Camacho (1988): “No otra cosa manifestaban los expresidentes Alberto Lleras y Laureano Gómez cuando en sus acuerdos para derrocar al dictador Rojas Pinilla invitaban a la clase dominante colombiana a luchar contra la «corta clase social súbita o ilegítimamente enriquecida» que amenazaba con monopolizar el gobierno del General” (p.92). Siguiendo a Bourdieu, esta lucha por la legitimidad expresada tanto en lo político, como en lo social, responde a estrategias de distinción, negando el acceso, de los *sujetos narco* a formas de capital cultural, en contraste con su excesivo capital económico.

Una de las causas de la transformación del orden económico al orden violento de los carteles de la droga⁸, principalmente el cártel de Medellín, puede rastrearse en la decisión de Pablo Escobar de formar parte de la esfera política. Al convertirse en una figura pública, con determinadas responsabilidades éticas y morales, la naturaleza de su riqueza quedó

⁸ En *Violencia pública en Colombia 1958 - 2010*, Marco Palacios (2012) describe esta violencia como: “...campañas terroristas de violencia dosificada, selectiva e indiscriminada contra la extradición a Estados Unidos” (p.116). De este modo los empresarios de la coca pasaron a convertirse en un grupo terrorista.

expuesta obligándolo a refugiarse en la clandestinidad y desde allí conformar un grupo criminal autodenominado “Los extraditables“. Asimismo la imagen del *sujeto narco* cambió radicalmente, lo que en un principio se expresó por medio de rumores entre los miembros de una clase social, pasó a ser la personificación misma de todo lo malo que sucedía en el país. Para ellos “Eran, prósperos empresarios, como los denominaban en las altas esferas, con quienes se hacían negocios pero con los que no se tomaban fotos” (Escobar, 2014, p. 220). El rubor y la burla se convirtió, debido a la violencia desmesurada de la llamada “guerra contra el estado”, en terror y sumisión. Producto de ello, la construcción del *sujeto narco* por parte de las élites mutó, ya no era *ellos y nosotros*, sino *ellos contra nosotros*.

En efecto, la imagen de *lo narco* se caracteriza por estar construida desde la espectacularización proveniente de diferentes frentes y basada en distintas estrategias de legitimidad social, sin embargo, para poder dimensionar el fenómeno como una categoría específica es necesario revisar la autorrepresentación que hacían los *sujetos narco* de su propia vida, que se exhibía, a menudo, como un exagerado espectáculo visual. Algunos autores afirman que la imagen que elaboraron de sí mismos respondía al repudio que recibían: “El rechazo de «el otro» (el mafioso) por el ciudadano común y por miembros de la burguesía de Colombia llevó a los narcotraficantes a «cultivar» su propia imagen, debido a que anhelaban entonces ascender socialmente...” (González-Ortega, 2015, p.93). De cualquier modo esta reacción simbólica puede entenderse más como cierta "ingenuidad" estética que como un proyecto revolucionario en sí mismo.

En todo caso, es la dimensión visual lo que los diferenció de otro tipo de criminal, Salazar (1991) señala esta característica al concluir que la cultura narcotraficante es una cultura visual por excelencia: “Su lenguaje está cargado de imágenes: «Vivir a lo película», «montar videos», «engordar pupila”, «en vivo y en directo», «tomar fotografía». Su manera de vestir es llamativa” (p. 55). Todo esto alimentado por películas de acción que calaron en las fantasías de un grupo de jóvenes de barrios marginales, que vieron en lo que Monsiváis (2004) denomina como "ascenso a tiros y el descenso abrupto", una forma de salir de su situación. Antonio, un joven ex sicario entrevistado por Salazar (1991) lo señala: "Con las películas también aprendemos mucho. Nosotros vemos cintas de pistoleros, Chuck Norris, Cobra Negra, Comando, Stallone, y miramos cómo coger las armas, cómo hacer coberturas, cómo retirarse. Todo eso lo comentamos nosotros cuando vemos las películas" (p. 6).

Para Gruzinzki (1994), en América Latina el proceso de evolución de la imagen, a diferencia de lo sucedido en Europa Occidental, se produjo por medio de una especie de salto que se dio desde la imagen barroca a la televisiva. Así, los efectos sociales y culturales asociados a la Revolución industrial y a la Revolución urbana del siglo XIX no afectaron, significativamente, nuestra forma de relacionarnos con la imagen:

...el dispositivo barroco ya ofrecía el camino a las políticas, a los dispositivos y a los efectos de la imagen de hoy; aunque sólo fuera por su función homogeneizadora y su obsesión universalizante, pero también por la instauración de un nexo singular con la imagen que la convertía en el apoyo de una surrealidad en que se hundía la mirada, que suprimía la

distancia del prototipo al reflejo, borrando las condiciones de su producción. (Gruzinski, 1994, p.214).

Si nos apoyamos en la idea de Gruzinski, es posible pensar que el consumo de imágenes por parte de estos *sujetos narco* se mantuvo en la literalidad, es decir, se tomaron ciertas imágenes y se pusieron en práctica sin dimensionar su potencial simbólico y metafórico: vivieron la vida como si fuera una película de acción. Así, pareciera que en el tránsito entre imagen y práctica no existió ningún tipo de reflexión moral o ética sobre estas acciones.

Es conocido el mito de que Pablo Escobar definió gran parte de su personalidad criminal influenciado por las historias de Mario Puzzo:

A veces parecía que el propio Pablo no supiera reconocer su verdadero rostro y buscara estilo personal e identidad en figuras que admiraba, como El Padrino y el Siciliano, ambos personajes de Mario Puzzo; del primero dicen que aprendió el hermetismo, los modales lentos y los largos silencios; del segundo admiró su vocación social. (Salazar, 2012 , p. 6)

Precisamente, Pablo Escobar es la figura más representativa del narcotráfico en Colombia; los alcances de su vida criminal lograron extenderse de formas inimaginables. El mito de “El Capo”, hoy tan explotado en ficciones televisivas y cinematográficas, se edificó de forma paradójica, en parte gracias a él mismo. Cuando en una entrevista televisiva le preguntaron a Escobar qué pensaba al ser llamado el "Robin Hood paisa", respondió que de

ninguna manera se consideraba de tal forma, pero que, agradecía el calificativo, porque como Robin Hood a él le interesaba ayudar a los que no tenían. Esta mezcla de humildad y demagogia con violencia y arrogancia le fue muy útil a la hora adoctrinar a los miembros de sectores populares, quienes le servirían más adelante en su guerra contra el estado. Acompañado de todo esto, la vida misma de “El Capo” estuvo adornada por otras formas míticas muy comunes en la tradición cultural antioqueña, que producto de la herencia colonial, siempre ha mantenido una devoción fervorosa por el simbolismo católico. La idea de Escobar como un Santo aún hace eco en algunos sectores populares del país, sin ir muy lejos basta con revisar las imágenes de su funeral y todo el rito que lo acompañó. Esto puede entenderse a partir del programa colonial implementado por los españoles en el territorio latinoamericano que sobrevive en el imaginario de nuestras sociedades hoy en día, así la idea de “El Patrón” como un santo puede entenderse desde la función del imaginario barroco: "El imaginario es el que polariza la atención, anima los deseos y esperanzas, informa y canaliza las expectativas, organiza las interpretaciones y las tramas de creencia" (Gruzinski, 1994, p.191). Aunque este tipo de relaciones entre imágenes e imaginarios no pertenecen, únicamente, a la puesta en escena de *lo narco*, adquiere nuevas dimensiones por tratarse de una relación absurda, pero efectiva, para los *sujetos narco*. En definitiva los valores cristianos siempre se han construido a partir del dualismo entre redención y pecado.

Podría afirmarse que la representación que hacían los *sujetos narco* de sí mismos se expresó en dos vías. Por un lado la forma abrupta de poner en tensión las prácticas culturales legitimadas, que podríamos llamar la *forma externa* y, por otro lado, la *forma*

interna entendida como el cumplimiento de un estricto orden jerárquico dentro de la organización, definido por un sistema de valores basado en principios cuantificables: la capacidad de ejercer poder por medio de la violencia, y el consumo desmedido⁹. En ambos casos la espectacularidad y el exceso fueron el común denominador. De ahí que podamos comprender el conjunto de imágenes televisivas, cinematográficas y religiosas que se conformaron en estos escenarios como un efecto barroco, sobre esta idea volveré más adelante. Hay que tener en cuenta que parte de los procesos de representación e identidad de las clases populares en América latina se han llevado a cabo en estos tres escenarios.

En la representación de lo *narco* lo fantástico puede hacerse realidad. *Ellos*, los mágicos, en su condición de “todo lo pueden” y “para todo les alcanza”, lograron traer a la vida escenas dignas de cualquier historia de ficción. Los *sujetos narco* alcanzaron a desdibujar las fronteras entre ficción y realidad, en ocasiones, con cierto infantilismo macabro como relatan las historias sobre aquel unicornio que Manuela Escobar le pidió una navidad a su papá. Pablo Escobar mandó a pegarle un cuerno de toro en la frente a un caballo blanco de pura sangre, con el propósito de traer a la vida esta figura mitológica: “... no obstante, la gran herida en el cráneo ocasionó que el animal muriera a los pocos días. Pero Escobar no tuvo mejor idea que repetir la acción durante unas navidades más para complacer a la niña”

⁹ Dicha representación y sus formas, puede entenderse desde análisis de las relaciones socioculturales de los narcotraficantes con otros grupos, propuesta por Álvaro Camacho, Andrés López y Francisco Thoumi (1999): “La rápida acumulación de dinero les ha permitido ser generosos e incluso despilfarradores. No obstante, son implacables con quienes quebrantan sus reglas de juego” (p.181). A su vez, afirman, que no se trata de una implementación de nuevos valores, sino, más bien, la exacerbación de valores ya existentes llevados a su deformación máxima, permitiéndoles sobrepasar toda posibilidad de mediación con las instituciones.

(El Herald, 2016). O, eso dicen.

Para comprender de una mejor forma los tres enfoques desde donde se construyó al *sujeto narco*, analicemos la siguiente matriz:

	Ideológico-estatal.	Elites dominantes.	Auto representación.
Regímenes de representación	Espectacularización epítetos noticiosos.	<i>Mágicos.</i> “Qué buena su plata pero que feo ellos”	Barroco. Ausencia de fronteras <i>ficción - realidad</i>
Relaciones de poder	Enemigo público #1. <i>Los buenos contra los malos.</i>	Ostracismo. Relación de <i>establecidos</i> y <i>marginados.</i>	Estructura interna. <i>Patrones, traquetos y lavaperros.</i>

Fuente: Autoría propia.

Capítulo 3. Narcoestética: el gusto narco en Colombia.

3.1 “¿Es que mi plata no vale?”.

En la novela “El leopardo al sol” (1993), Laura Restrepo narra una historia de venganza familiar enmarcada en la realidad social de Colombia en la década de los ochenta. El thriller, basado en la idea de que “sangre con sangre se paga”, relata la guerra a muerte entre los Barragán y los Monsalve, primos, enemigos, pero ante todo, “mágicos”. Ellos, quiénes “Viven en vitrina. No son lo que son sino lo que la gente cuenta, opina, se imagina de ellos. Mito vivo, leyenda presente, se han vuelto sacos de palabra de tanto que los mientan. Su vida no es suya, es de dominio público” (Restrepo, 1989, p.11). Ellos encarnan algunos de los aspectos cruciales de la naturaleza del *sujeto narco*, como el caso de Maní Monsalve, quien contrata los servicios de una asesora de imagen, porque “no es sino que me guste una cosa (...) para que resulte de mal gusto” (Restrepo, 1989, p.132). El dilema que sufre Maní, quien se obsesiona con limpiar su fortuna para moverse socialmente, revela uno de los principales problemas al enfrentarnos al *gusto narco*, ya que, sin importar las características formales de los objetos que ellos consuman, serán considerados de *mal gusto*.

Al preguntarnos, anteriormente, sobre el sentido problemático del gusto, evidenciamos, entre otras cosas, que este no se trata de una expresión subjetiva asociada a elecciones libres, sino que refleja complejas relaciones sociales, que, siguiendo las ideas de Bourdieu (1979), se configuran como mecanismo de distinción entre clases. Ahora bien, resulta

necesario ampliar la noción de cómo comprender el gusto desde esta perspectiva. Bourdieu (1990) lo define como la confluencia entre prácticas y propiedades, una “armonía establecida” en donde las primeras se manifiestan al reconocerse en las segundas: “Los gustos son producto de esta confluencia entre dos historias, una en estado objetivado y otra en estado incorporado, que quedan objetivamente acordes” (p.130). De este modo, la elección del consumidor se produce de manera generalmente negativa: “Siempre se puede decir lo que uno no quiere, es decir, muchas veces los gustos de los demás” (Bourdieu, 1990, p.133), así la elección se produce en la confrontación de gustos ya realizados.

En el escenario del *gusto narco* podemos identificar algunas evidencias del dislocamiento de dicha “armonía establecida” al enfrentarse al *gusto legitimado*, pues al no tener acceso al estado objetivado, sus gestos sobre el gusto no fueron aprobados. Lo que resulta paradójico, como en el caso de Mani Monsalve y nos obliga a revisar el *gusto narco* desde el análisis Bourdieano es la proporcionalidad indirecta con la que se presenta el capital cultural frente al capital económico. Así, aunque los bienes culturales puedan ser adquiridos por medio de una apropiación material, que supone un capital económico, no podrán ser apropiados simbólicamente, acto que supondría un capital cultural. Ya habíamos mencionado la forma como el gusto legitimado se expresaba de manera desinteresada, orquestando la distinción de clase a partir de la demostración que sus elecciones que nada tienen que ver con la capacidad económica. Por ende, desde esta perspectiva, en los *sujetos narco* se establece cierto tipo de relación inversamente proporcional entre capital económico y cultural.

Dicha relación se hace más evidente en algunos casos particulares como la historia de la

réplica del Club Colombia¹⁰ que José “Chepe” Santacruz, uno de los miembros de la cúpula del Cartel de Cali, habría construido en la capital vallecaucana. “Todo, dice el mito, porque no fue admitido como socio del exclusivo club de la sociedad caleña. Hoy el edificio está abandonado en poder del Estado” (Caracol radio, 2006). Este gesto podría demostrar una relación de causalidad que definió, en cierta medida, la reacción de los *sujetos narco* frente a algunas estrategias de distinción. Quizá por desconocimiento, o por puro ejercicio de poder, pretendían equiparar el capital cultural al económico sin constatar que, precisamente dicho gesto, aumentaba aún más la brecha.



Figura 1. Sede actual del Club Colombia.

Figura 2. Réplica del Club Colombia de José “Chepe” Santacruz en obra negra.

Fuente: Las 2 Orillas, Noviembre 19, 2013 en: <https://www.las2orillas.co/las-mansiones-en-ruinas-de-los-rodriguez-orejuela-chepe-santacruz/>

¹⁰ El Club Colombia es uno de los clubes sociales más importantes del país y de la ciudad de Cali. Así lo describe en nota del periódico El Tiempo (1991): “A comienzos del siglo sólo existía el Club Belalcázar en Cali, pero no llenaba las aspiraciones de un grupo de señores de la sociedad. Fue así que, el 3 febrero de 1920, se redactó el acta de constitución del Club Colombia. Allí, sobre la Avenida del Río hay casi 72 años de historia. Hoy es el centro obligado de elegantes reuniones, escenario de grandes celebraciones y recepción de ilustres visitantes” (Párrafo 1).

En otro de los apartes de la historia del “Club Colombia” de Santacruz, podemos encontrar algunas pistas sobre otra de las caras del dilema: la búsqueda de adquisición del capital cultural. Según Alberto “El loco” Giraldo¹¹, periodista cercano al Cartel de Cali, Santacruz habría construido su réplica pero: “...con la mejor selección de obras de arte, una cosa espectacular. Pese a que no tenía una gran cultura artística «Chepe» se asesoró muy bien...” (Giraldo, 2005, p.151). El capital cultural supone un proceso de incorporación que requiere tiempo. Tiempo que debe ser invertido personalmente por medio de un trabajo del “sujeto” sobre sí mismo, y cuya acumulación y transmisión se presenta de una forma particular, como lo menciona Bourdieu:

De este modo, la transmisión de este tipo de capital no puede ser adquirido súbitamente. De allí que este capital cultural presenta un más alto grado de encubrimiento que el capital económico, por lo que está predispuesto a funcionar como capital simbólico, es decir desconocido y reconocido, ejerciendo un efecto de (des)conocimiento, por ejemplo sobre el mercado matrimonial o el mercado de bienes culturales en los que el capital económico no está plenamente reconocido. (Bourdieu, 1979b, p.12)

Podría afirmarse que, en el caso del *gusto narco*, el dislocamiento se establece en la dimensión temporal como *inversión* del sujeto. En ellos, existe una lógica inherente

¹¹“El loco”, jugaría un papel muy importante en la historia del Cartel de Cali, como lo cuenta la revista Semana (2005): “Giraldo, un reconocido periodista político, se hizo tristemente célebre en 1994 cuando se revelaron unas conversaciones telefónicas suyas con Miguel Rodríguez Orejuela, uno de los jefes del cartel de Cali, en las cuales se hablaba de la financiación de la campaña presidencial de Ernesto Samper. Ese diálogo, que se bautizó como los 'narcocasetes', provocó el proceso 8.000, una de las peores crisis políticas del siglo XX” (Párrafo 2).

asociada a la inmediatez y a la velocidad que imposibilita las condiciones para la acumulación de este tipo de capital. Sin embargo, fueron muchos los casos en donde buscaron acumular bienes culturales, sin lograr efectivamente, la activación del capital simbólico necesario para su legitimidad. Aún así, existió un interés por la obtención masiva de obras de arte que, como lo identifica el investigador y curador Santiago Rueda (2009), cumplía una doble función: la de movilidad social y lavado de activos, aprovechando la especulación del mercado del arte. A este período Rueda lo describe como el *boom narco*, e identifica allí una de las causas del surgimiento de los altos precios en el mercado del arte colombiano hoy.

Aunque no se pueda comprobar la relación directa entre los *sujetos narco* y algunos agentes del mercado de arte local, si podemos encontrar anécdotas que dan cuenta de ello confirmando los esfuerzos infructuosos por dotarse de capital cultural. Es conocida la afición por el arte que tenía María Victoria Henao, la esposa de Pablo Escobar, quien en su apartamento de 1500 metros en el edificio Mónaco en la ciudad de Medellín, alcanzó a tener una colección de pintura y escultura bastante relevante. Como lo narra su hijo Juan Pablo Escobar (2014) ella se sentía muy orgullosa porque un galerista famoso le había dicho que “...la suya era la colección de arte más importante de América latina en ese momento” (p.46). Incluso Juan Pablo Escobar enlista algunos de los artistas que formaban parte de dicha colección:

Ese día, Fidel Castaño quedó muy impresionado por la calidad de las obras que mi madre había adquirido de artistas como Fernando Botero, Édgar Negret, Darío Morales, Enrique Grau, Francisco Antonio Cano, Alejandro Obregón, Débora Arango, Claudio Bravo, Oswaldo Guayasamín, Salvador Dalí, Igor Mitoraj y Auguste Rodin, así como valiosas antigüedades, como jarrones chinos y piezas precolombinas de oro y barro. (Juan Pablo Escobar, 2014, p. 46-7)

Al indagar por las relaciones y alianzas que los *sujetos narco* buscaron como parte de su adiestramiento social, el caso de Fidel Castaño¹² resulta paradigmático. Según reveló su hermano, Carlos Castaño (2001), Fidel “... quien no quería a la oligarquía pero le gustaba vivir como burgués”(p.162), era un gran amante y conocedor del arte francés. En la extensa entrevista que el periodista Mauricio Aranguren Molina le hizo a Carlos Castaño, y que terminó convirtiéndose en el libro “Mi confesión. Carlos Castaño revela sus secretos” (2001) el que para ese entonces fuera el líder de las Autodefensas Unidas de Colombia (AUC), no escatima esfuerzos en construir la figura de su hermano Fidel como una especie de héroe a partir de paradojas muy definidas. Al retratarlo como un comandante comprometido con su causa, austero y adalid de la prosperidad en las zonas rurales del país como forma de revolución social, lo presentó también como un experto del *buen gusto*, que a diferencia de

¹²Aunque los hermanos Castaño Gil, son principalmente reconocidos como los fundadores de las Autodefensas Unidas de Colombia (AUC) y su papel en el desarrollo de la violencia paramilitar contra las guerrillas de izquierda en el conflicto colombiano, su función en el narcotráfico es definitoria, como se menciona en la Revista Semana (2017): “Fidel es el mayor de los tres hermanos Castaño Gil. Nació en Amalfi, Antioquia, y hoy debería tener 66 años de edad. Se inició a los 14 años en la minería ilegal del oro; luego, pasó al área de robo, venta y compra de carros usados y en 1977 se incorporó al comercio de cocaína del cartel de Medellín, comandado por Pablo Escobar” (Párrafo 4).

lo que hemos visto anteriormente, sí logró alianzas sociales que le permitieron moverse en otras esferas: “Se vestía de manera sencilla y mandaba a remendar los pantalones. Pero cuando viajaba a Europa, sólo usaba trajes Ermenegildo Zegna o italianos Beltrami” (Castaño citado por Aranguren, 2001, p.163). Fidel, quien visitara con frecuencia la galería “Malboro” y la “City Hall” de Nueva York logró incluso, o eso cuenta su hermano, forjar una gran amistad con algunos artistas como Alejandro Obregón, de quien habría tenido algunas pinturas como “Las flores carnívoras” y “El águila y la flor de Arratamacho” y Oswaldo Guayasamín, quien en muestra de agradecimiento por su amistad lo habría retratado.

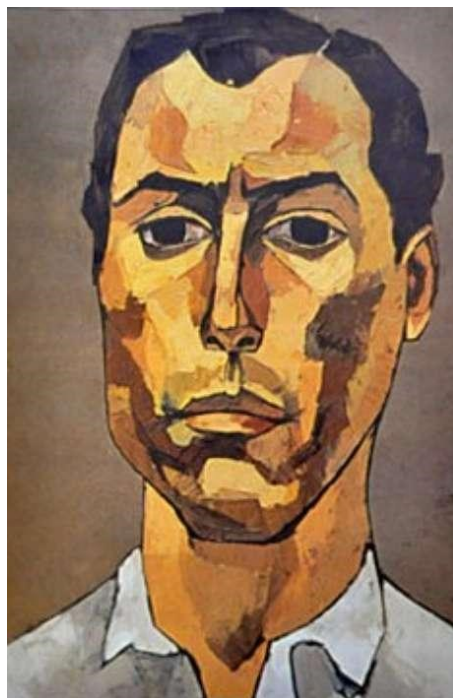


Figura 3. Retrato de Fidel Castaño por Oswaldo Guayasamín, sf.
Fuente: <https://www.las2orillas.co/fidel-castano-el-arte-del-buen-gusto/>

De la mano del *boom narco* en el arte colombiano también se incrementó el mercado de las falsificaciones. Precisamente, por la inmediatez con la que los *sujetos narco* entraron a formar parte de dicho mercado, y la ausencia de adiestramiento que les permitiera reconocer obras originales sobre obras fraudulentas, pudo hacerlos presa fáciles de los estafadores. De este modo, a principios de los años noventa se incrementó la falsificación de arte en Colombia, como lo menciona Halim Badawi en la Revista Arcadia (2014): “... empezaron a ser falsificados Alejandro Obregón, Enrique Grau, Luis Caballero, Armando Villegas, Omar Rayo, Oswaldo Guayasamín, David Manzur y Fernando Botero, la mayoría pertenecientes a la constelación impulsada por la crítica Marta Traba durante la década del sesenta, siendo Botero el más conocido y reproducido” (Badawi, 2014, párrafo 10). Incluso, en una redada que hizo la policía en el 2013 a las propiedades de Daniel “El loco” Barrera se encontró una supuesta pintura de Fernando Botero, titulada “Bailarines”, de la que el mismo artista se refirió como: “Es tan miserable, poca cosa, tan ridícula y vulgar, que no necesita mucha explicación ni detalles para saber que ese cuadro no es mío” (Fernando Botero citado en El Tiempo, 2013, párrafo 1). El artista va más allá afirmando que le molesta de sobremanera que cualquiera pueda pensar que “este tipo de personas” son sus clientes. En las palabras de Botero, podemos identificar una condena que supera los límites del capital cultural y circula dentro de lo que, algunos sociólogos de tipo bourdieano llaman el capital moral¹³.

¹³ Al respecto véase “Sobre el capital moral” de Ariel Wilkis (2014): “El capital moral, por su parte, puede ser pensado como el efecto de la transfiguración de una relación de fuerzas en relaciones de valor. Las categorías de percepción y apreciación que el capital moral impone son las vinculadas a poner en valor los actos sociales de acuerdo con los estándares de lo que debe ser obligatorio” (p.172).

En la dimensión de la moral como forma de capital, y por ende susceptible de acumulación y estrategia de movilidad en el espacio social, encontramos una de las maneras de construcción del imaginario del *sujeto narco* que ya habíamos propuesto anteriormente a partir de las ideas de Elias y Scotson (1976) en las hilaciones entre *establecidos* y *marginados*. Los *establecidos*, al justificar las razones del estigma sobre los *marginados* apelan a la forma objetivada como un bien superior, en este caso el bien moral sobre el “mal”, incapaz de comprender y expresar el buen gusto. Podría entonces entenderse, en algunos casos, que la condena al *gusto narco* y sus diferentes estrategias de distinción parten también de un juego maniqueo entre “buenos” y “malos”, determinando al gusto como forma de imperativo moral. En algunos apartes de la entrevista que le hizo Germán Castro Caycedo (2012) a Hugo Aguilar, quien en ese entonces se desempeñó como mayor de la Policía Nacional y miembro del Bloque de búsqueda, se evidencia claramente esta condición:

En este trajín, algunos de ellos habían aprendido a diferenciar una lámina de almanaque, de un cuadro pintado al óleo o a la acuarela, de manera que, al lado de afiches y estandartes del Independiente Medellín, Pinina tenía cuadros de Grau, de Botero, esculturas de Botero, esculturas traídas del extranjero, algunas porcelanas *Capo di Monte* compradas en los San Andresitos o en *La feria del florero y el adorno* de Rionegro, asientos de plástico *Rimax* “Indestructibles no se quiebran”, y muebles más o menos finos, con sus poltronas cubiertas con telas estampadas por *Fabricato*, para protegerlos del polvo.

Ya en aquel entonces, este *lumpen*, como dicen los mamertos del partido comunista, empezaban a conocer la existencia de los famosos muebles *Brunatti* con cueros muy elaborados, comedores con mesas de vidrio tallado y floreros del Cauca con flores de plástico. (p.89)

Para Bourdieu (1990), el capital cultural se presenta en tres estados: *incorporado*, *objetivado e institucionalizado*. Ya evidenciamos de qué forma el *estado incorporado* tiene una profunda relación con el *estado objetivado*, en la medida en que no basta únicamente con la adquisición de bienes culturales sino que deben ser activados simbólicamente, y cómo en el caso de los *sujetos narco* no se presenta dicha condición. Ahora bien, el estado *institucionalizado* es el que se obtiene por medio de títulos escolares y que opera como neutralizador de algunas propiedades del estado *incorporado* al suplir las limitaciones biológicas que supone la incorporación del cuerpo “contenedor”. De este modo, el título escolar opera como “esa patente de competencia cultural que confiere a su portador un valor convencional, constante y jurídicamente garantizado desde el punto de vista de la cultura” (Bourdieu, 1990, p.15). En un escenario ideal, la escolaridad podría ser pensada como un factor de igualación, sin embargo, en Colombia, ésta resulta como lugar para la reproducción de la desigualdad social. Así, los *sujetos narco*, que en su mayoría estaban desprovistos de títulos y escolaridad alguna, se encontraron ante otra barrera que no les permitía la acumulación de capital cultural. Incluso, en algunos casos, ellos fueron conscientes de esto. Se puede intuir que, al estar al tanto de esta ausencia, relegaron en el consumo excesivo de bienes culturales la responsabilidad de la movilidad social, como un

intercambio de tipos de capital.

Según el último inventario de bienes culturales incautados al narcotráfico que publicó la hoy extinta Dirección Nacional de Estupefacientes (DNE) en el año 2013, se estaban subastando más de 300 obras de arte y objetos decorativos valuados en \$ 3,182,280,000 COP. Esta cifra, que no resulta para nada ínfima, y que solo da cuenta de lo confiscado y valuado, dimensiona el escenario paradigmático en donde se manifestó una de las formas del *gusto narco* y comprueba que, por más que lo hayan intentado, no era suficiente su plata.

3.2 “¡Tas, tas, tas!”.

Se podría afirmar que hay una forma de ser *narco*, o mejor, de verse *narco*. El triunfo del prefijo en el lenguaje cotidiano da cuenta de ello, sin embargo, más allá del estereotipo reproducido hoy una y otra vez en ficciones televisivas y cinematográficas, vale la pena indagar de qué forma diferentes manifestaciones del gusto se encontraron unificadas en una forma de estilo determinado. Para Stuart Ewen (1988) el estilo es resultado de la modernidad, lo define como “Un punto de referencia visible por medio del cual venimos a entender la vida *en progreso*” (p.40). Así, este se encuentra relacionado estrictamente con las sociedades democráticas, en donde el deseo de convertirse en algo diferente de lo que se es, responde a una “posibilidad tangible” que alimentó, durante todo el siglo veinte, el capitalismo mercantil. En consecuencia, se estableció un “mercado de las apariencias” que proporcionó un escenario ideal para la construcción de la personalidad: “El naciente

mercado de bienes estilizados proporcionó a los consumidores una amplia paleta de significados simbólicos que debían seleccionarse y yuxtaponerse en el montaje del yo público” (Ewen, 1988, p.100). Como promesa democrática de posibilidades ilimitadas, el estilo se presenta como una pluralidad de imágenes que circulan en el paisaje social, inscritas en el lenguaje mercantil cuya necesidad de masificación creó las condiciones suficientes para que las apariencias determinaran nuevas posibilidades de existencia de los sujetos sociales. Así, por ejemplo, los símbolos del exceso que eran terreno exclusivo de la nobleza, pasaron a conformar un ecosistema de estilos que nutrió la necesidad de movilidad social de la clase media. De ahí que, el éxito como triunfo social encontrara en el mercado de las apariencias el escenario perfecto para reproducirse en la estetización de la vida cotidiana, como lo sentencia Jay Gatsby, personaje principal de la novela *El Gran Gatsby*: “La personalidad es una serie interrumpida de gestos exitosos” (Fitzgerald, 1925, p.2). Precisamente, Gatsby encarna una de las particularidades más relevantes del ascenso social bajo la política del estilo: el principio de exhibición asociado a la condición efímera de la riqueza producto de la industrialización. Tanto él, como los *sujetos narco*, comparten la pulsión exhibicionista típica del *nuevo rico*, que se produce en la constante espectacularización como fórmula para reclamar un lugar en el espacio social que antes no se tenía. La diferencia radica en que, como afirma en su columna de *El Espectador* (2009) Mauricio Villegas, mientras la burguesía en otros países se siente poderosa porque es rica, en Colombia, la burguesía se siente rica porque es poderosa, es decir, la burguesía colombiana mide su riqueza al tener gente que le obedezca.

En todo caso, la iconografía del poder no es un resultado particular de la cultura de consumo del siglo veinte, la relación entre cultura material y autoridad ha jugado un papel preponderante en la historia de la humanidad. Sin embargo, a través del eco amplificador de las sociedades de consumo, el estilo pasó a jugar un papel definitivo dentro de las relaciones de poder. Ahora bien, ya habíamos dicho de qué forma la estructura de la mafia italiana se diferenció de la colombiana, sin embargo, hay algunos elementos que tienen en común. Al analizar la mafia como política, el economista Luis M. Linde (2006), señaló que “Las buenas historias sobre mafiosos son, en lo fundamental, ilustraciones sobre la mecánica de un poder que no tiene otro objeto que el reforzamiento de su propia capacidad de dominación” (p.9) Así, dentro de las organizaciones mafiosas colombianas, se reprodujeron formas jerárquicas que distribuyeron las relaciones de fuerza y de trabajo, de forma tal que se crearon dinámicas de movilidad. En ese orden de ideas, su conformación estructural distribuyó el ejercicio de poder a partir de jerarquías definidas, pero que permitían la movilidad al interior de ellas. Si la política del estilo surgió en la modernidad como resultado de los cambios políticos y sociales, y empoderó de cierta forma el ejercicio individual como mecanismo de consecución de logros, la puesta en escena del poder mantuvo su naturaleza simbólica heredada de las sociedades cortesanas. Por consiguiente, en la organización narcotraficante, los ejercicios de dominación también se manifestaron a partir de gestos simbólicos que definían un lugar dentro de la misma. A saberse, la distribución del poder se dividió entre “Patrones”, “traquetos” y “lavaperros”. Vale la pena mencionar como una última reducción de estos gestos simbólicos se tradujo en formas del parlache colombiano, por ejemplo, cuando alguien decide gastar más de lo normal, o

excederse de una forma u otra, es común describir esto con un gesto particular: levantar la mano simulando una pistola con los dedos y usar la onomatopeya: ¡tas tas tas!, emulando el sonido de los disparos al aire.

3.2.1 El patrón.

Después del paso de contrabandistas a narcotraficantes en la década de los años setenta, se dio un relevo generacional en el negocio de la droga y con ello un cambio sustancial en su estructura. El historiador Petrit Baquero (2012), identifica dicho cambio a raíz de dos factores, primero en el hecho de que al ser un negocio tan lucrativo se volvió atractivo para toda clase de criminales, y segundo, que muchos de los empleados de los primeros capos, empezaron a formar parte activa del negocio, desplazándolos poco a poco y creando lo que sería la primera cúpula del narcotráfico en Colombia. De esta manera, sujetos como Pablo Escobar Gaviria, Gonzalo Rodríguez Gacha, Carlos Lehder y los hermanos Ochoa empezaron a dar forma a la organización que, por el tamaño de su producción¹⁴, fue demandando cada vez más mano de obra, convirtiéndose en una gran empresa. Así, se fue conformando la figura de “El Patrón”, que si bien no es un término exclusivo para los narcotraficantes, con ellos adquirió nuevas dimensiones. Muchos de ellos tenían origen campesino, de allí el moquete, el término se utiliza en la vida rural para denominar al dueño de la tierra. Incluso, este origen puede dar cuenta de muchas de las manifestaciones de su

¹⁴ La producción de cocaína, en la década de los ochenta, alcanzó niveles insospechados. El 11 de marzo de 1984 la policía allanó el mayor centro de procesamiento de cocaína que se haya encontrado en América Latina, en el complejo de laboratorios llamado “Tranquilandia”, ubicado entre los departamentos de Caquetá y Putumayo, al sur de Colombia, se encontraron más 14.5 toneladas de cocaína, avaluadas en aquel entonces, en más de mil millones de dólares (El Tiempo, 2001).

estilo. Debido a esto, por ejemplo, se puede entender que haya sido la tierra y las propiedades una de sus principales inversiones, como lo afirma Álvaro Camacho: “Muchos de los viejos traficantes tenían un origen campesino, y al comprar tierras elevaban su prestigio ante sus coterráneos” (Camacho, 2014 p.235). A su vez, construir grandes haciendas fuera de la ciudad y utilizarlas como centro de operaciones les permitió cierta clandestinidad y permisividad frente a los agentes de la ley de los pequeños pueblos.

Uno de los rasgos del gusto, que definió de mejor forma la figura de “El Patrón”, fueron precisamente, las haciendas. Enormes extensiones de tierra que contaban con un edificio principal, que en algunos casos, buscó a través del exceso ornamental recrear el poder asociado a las monarquías europeas. Estos “palacios” dotados de columnas dóricas, apliques en yeso, piscinas de diferentes formas y vidrios azules tipo “Miami”, ejercieron un papel fundamental en la simbolización del poder del capo. A menudo, construidas en zonas alejadas, representaron el primer encuentro con la monumentalidad para algunos habitantes de zonas rurales acostumbrados a una vida bucólica. Uno de los ejemplos más relevantes es “La Hacienda Nápoles” de Pablo Escobar, ubicada a unas horas de la ciudad de Bogotá, en el municipio de Puerto Triunfo en Antioquia. Según Juan Pablo Escobar, la hacienda fue bautizada de esta forma en honor a la ciudad de donde provino la familia de Al Capone, de quién Pablo Escobar era gran admirador. La propiedad de 1920 hectáreas, contaba con una mansión de dos pisos, piscina, un lago para practicar deportes náuticos, pista de aterrizaje y su propio zoológico. Este último simbolizó, el exceso máximo de Escobar. A partir de la

“Enciclopedia de National Geographic”, compró especies exóticas de diferentes zoológicos de Estados Unidos como elefantes, cebras, flamings, avestruces, hipopótamos y rinocerontes, entre otros. El zoológico no tenía parangón en Colombia, tanto que, Escobar decidió abrirlo al público y convertirlo en un parque de atracciones cuya entrada era gratuita. De esta forma, la figura de “El Patrón Escobar” como un “empresario magnánimo”, (imagen que más adelante buscaría capitalizar en su proyecto político), se fue construyendo poco a poco. Su hijo Juan Pablo (2014) cuenta la anécdota de cuando le preguntó por qué no cobraba la entrada al Zoológico, este le respondió que mientras él viviera no cobraría porque le gustaba que la gente pobre pudiera disfrutar del “espectáculo de la naturaleza”. Y es que la figura de “El Patrón” es precisamente eso: un líder carismático y déspota capaz de cumplir los sueños inimaginables de las clases menos favorecidas, pero también capaz de ejercer su dominación por medio de una violencia sin medida. La Hacienda Nápoles simbolizó a la perfección el poder de “El Patrón”, lugar donde la fantasía y el miedo coexistieron; el mismo Juan Pablo Escobar afirmó: “No conocí el rancho *Neverland* de Michael Jackson en Estados Unidos, pero creo que Nápoles tenía poco que envidiarle, pues allí todo era aventura, desde que uno llegaba hasta que se iba” (Escobar, 2014, p. 157).



Figura 4. Pablo Escobar y algunos familiares en el Zoológico de Dallas.

Fuente: <https://www.las2orillas.co/la-hacienda-napoles-los-suenos-pesadillas-de-mi-padre/>

Para Omar Rincón (2010) la *narco.cultura* está marcada por dos gustos, el de los nuevos ricos norteamericanos y el de los montañeros antioqueños: “El narco ha dejado de adorar a Europa y su ideal es norteamericano [¿dónde vive la modernidad!], ha dejado de celebrar al industrial y ha vuelto la mirada al dueño de la tierra [¿donde vive la tradición!]” (p.5). Esta característica resulta determinante a la hora de entender el *estilo narco* como un lugar de encuentro entre formas que podrían pensarse totalmente opuestas: lo rural y lo urbano. Así, sin ningún problema, expresaron apariencias en las que coexistieron la tradición y la novedad. Del mismo modo en que la Hacienda Nápoles pretendió ser un parque de atracciones “a lo gringo”, muchas manifestaciones arquitectónicas asociadas al estilo de “El

Patrón”, buscaron reflejar cierta espectacularidad monumental, rasgo que generó rechazo en algunas clases sociales, pero maravilló a otras. Es entendible esta reacción, debido a que, como lo menciona Armando Silva:

Una nación como Colombia que se ha pensado y diseñado en pequeño, con diminutas calles copiadas de estilos coloniales, con busecitos en cambio de metros y sin grandes proyectos nacionales, encontró en lo narco la expresión de lo abundante reprimido. Son ellos los que hacen castillos, pistas privadas y hasta “baños de oro”. Lo enorme significa tetas grandes, dinero y corrupción como principio, ostentosas fachadas y columnas neoclásicas en sus casas y edificios. (Silva, 2015, p.107).

No obstante, muchos de los rasgos definitivos de estas expresiones monumentales, pueden comprenderse a partir de lo propuesto por Omar Calabrese en “La era neobarroca” (1987). El semiólogo italiano identificó que en la imagen posmoderna, existe una forma interna que reproduce el espíritu del movimiento barroco del siglo XVII, en el sentido en que propone una constante ruptura con lo clásico. Calabrese, entiende esta actitud barroca como una disposición movediza y cambiante que enfrenta a lo clásico y su quietud, y que mientras el Barroco degenera, el Clásico produce géneros. Afirma: “La diferencia más marcada con los formalismos tradicionales está en el no concebir un estilo o un gusto como sumatoria de formas, sino también como tendencia a la inversión de valor” (Calabrese, 1987, p. 38). Para él, vivimos en una época de representación excéntrica, es decir “fuera del centro”, que

rechaza todo proceso de integración, de globalidad y de un sistema ordenado, favoreciendo la búsqueda individual. Así, estas edificaciones pastiche, se convirtieron en la traducción simbólica de los gustos y caprichos de “El Patrón”, que no correspondían al gusto legitimado.

Una de las formas en las que el neobarroco se expresa, según Calabrese, es en la lógica del *límite y exceso*, si el clasicismo opera a partir de límites que configuran la armonía y la estabilidad, el neobarroco rompe con ello y se presenta a partir del exceso disonante, construido desde la alegoría del monstruo, que desborda los límites “lógicos” y parece producto de la imaginación. Y es que, precisamente muchas de estas construcciones monumentales pueden ser entendidas como esto: monstruos sacados de la imaginación infantil, demostraciones reales del capricho “inocente” del capo, que puede hacer real su fantasía “a punta de plata”. Este encuentro desmedido de formas reflejó mucho de la personalidad de algunos de estos “Patrones”, como lo señala Hugo Aguilar (2013):

Porque sus propiedades - que nunca figuraban a nombre suyo - eran como él: piezas de cristal checo compradas en puestos de contrabando, con siluetas de mujeres desnudas en plástico fosforescente, lámparas violeta con muros forrados en acrílico anaranjado. Muebles tipo Envigado – donde había nacido - y tapetes persas, también traídos de contrabando desde Miami, que para él y su familia era la civilización. La cultura. El ombligo de la humanidad... (p.73).

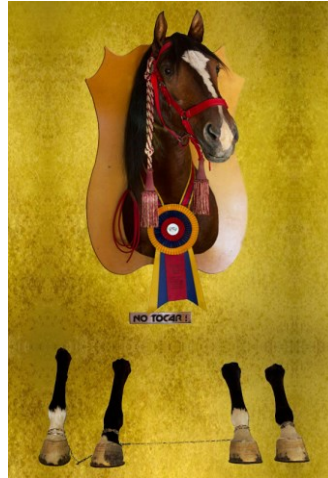


Figura 5. Fotografía de “Tupac Amaru” disecado. Pacho, Cundinamarca, sf.
Fuente: <http://elkincalderon.blogspot.com.co/2012/10/tupac-amaru.html>

Siguiendo la idea de Omar Rincón (2010) sobre la *narco.cultura*, y retomando la reflexión sobre la expresión del *estilo narco* a partir del encuentro entre lo rural y lo urbano, vale la pena mencionar otros escenarios en donde este también se manifestó. Por ejemplo, es conocida la afición de algunos de ellos por los caballos de Paso Fino, que no sólo resultó para muchos un negocio lucrativo, sino otra oportunidad para expresar sus excentricidades. Como por ejemplo, la obsesión que profesó Gonzalo Rodríguez Gacha “El mexicano” por su caballo “Tupac Amaru”, campeón de campeones, que según Omar Escamilla (2002) estaba avaluado en un millón de dólares y al que cuidaban día y noche varios guardaespaldas armados: “si el caballo sufría de dolor de estómago o algo le molestaba los hombres pagaban con su vida” (p.23). A su vez, Marta Soto (2012) afirma que en el criadero “Chihuahua”, Gacha le construyó al animal una pesebrera en forma de número 8,

que contaba con aire acondicionado, una cama de aserrín, un espejo y piso de caucho. Al morir el animal, Gacha lo mandó a disecar y le construyó un altar en una de sus haciendas.

Una de las expresiones asociadas a la vida rural y que el *estilo narco* masificó, fue el uso de camionetas de doble tracción, que por ser en su mayoría marca Toyota, fueron bautizadas en el parlache como “narcotoyotas”. A principios de los años ochenta, varias ciudades del país fueron invadidas por este tipo de automóviles, que circularon por las calles con actitud desafiante: rines de lujo y vidrios negros, a los que dicen, algunos les habían mandado a instalar timón de oro. Incluso, cuenta Escamilla (2002), a varios de estos autos Carlos Ledher les mandó a poner asientos de la marca alemana “Recaro”, encargada entre otras cosas del diseño de asientos de algunos autos de la Fórmula 1. En consecuencia, la figura de “El Patrón” encarnó, no solo la voluntad de lucro a toda costa, sino el triunfo del mismo. Ubicados en la punta de la pirámide, sus vidas y excesos se convirtieron en leyendas que circularon tanto entre los rangos menores de la organización como en barrios marginales, presentándose como modelo de posibilidades y estilo de imitación.

3.2.2 “El Traqueto”.

Sobre el origen de la palabra “Traqueto” existen varias teorías. Algunos afirman que se trata de una onomatopeya del sonido de las armas, otros, que hace alusión a las camionetas donde se movilizan, los “trucks”. En todo caso, parece ser que para entonces ya muchos lograban identificarlos. Esto lo narra la columna de El Tiempo “Ve, mira ahí viene un traqueto (1995): "Este es un personaje en ascenso dentro del oscuro mundo del

narcotráfico. Tiene lujosas residencias en barrios populares, hombres a su servicio. Muchos traqueticos son distribuidores, cocineros o se desempeñan en una labor intermedia” (párrafo 14). Fueron ellos, los intermediarios entre “El patrón” y “El lavaperros”, ese lugar los hizo más visibles en las ciudades.



Figura 6. Barrio El Ingenio, Cali. Tomada de Esfera pública, 2008.
Fuente: <http://esferapublica.org/nfblog/la-estetica-del-narcotrafico/>

Por ende, mucho del imaginario estereotipado del *sujeto narco* fue construido a partir de sus gestos del gusto. A diferencia de “El patrón”, quienes por su importancia dentro de la organización mantenían robustos esquemas de seguridad y vivían detrás de las murallas de sus mansiones y haciendas, “El traqueto” se expresó en la pura exterioridad. Fueron ellos los encargados de masificar los rasgos del *estilo narco*. Por ejemplo, empezaron a construir y remodelar casas en barrios de clase media, prestando particular interés en la fachada, cambiando, considerablemente el paisaje de los mismos. Replicando el *exceso* presente en la hacienda de “El Patrón”, estos “monstruos arquitectónicos” llevaron el ornamento a otras

dimensiones. Configuraron un esquema del *exceso de detalle*, que siguiendo las ideas de Calabrese, ya no se presenta como el fragmento de un todo sino como un sistema en sí mismo. De este modo lo identifica la profesora y arquitecta Adriana Cobo (2008) :

Las fachadas de inmuebles construidos para el narcotráfico en Colombia tienen también la intención de dar estatus a una burguesía emergente, y además instaurarla como institución. A diferencia de la situación que Loos describe en su ciudad y en su tiempo; estas fachadas pretenden reemplazar el poder de las instituciones, que su dinero puede comprar, por lo que se construyen sobre la destrucción de la institución oficial. En este sentido, son piezas importantes de nuestra historia reciente y evidencia de instituciones débiles y valores trastocados, y por lo tanto relevantes para un análisis formal y simbólico que concierne a la arquitectura de nuestras ciudades. (párrafo 8).

Hay un término que ronda hoy en día en los ámbitos de la moda, se le conoce como “narco clothing”¹⁵, se trata de la comercialización de prendas de vestir que emulan el *estilo narco*.

¹⁵ En el 2010, Juan Pablo Escobar Henao, hijo de Pablo Escobar, lanzó la marca de ropa “Escobar Henao”. En el catálogo se pueden encontrar a la venta camisetas alusivas a “El Patrón” Escobar, así como una línea de ropa llamada “Poder , poder”. Véase: <http://www.escobarhenao.com/>



Figura 7. Fotografía del “Chapo” Guzmán junto a Sean Penn y modelo comercial de la camisa en venta en Amazon.com (Telemundo.com, enero 12, 2016).

Fuente: <http://www.telemundo.com/noticias/2016/01/12/el-chapo>

Su popularización empezó en los sitios de venta de ropa *on line*, como “Amazon”, que logró por ejemplo ventas récord con la imitación de una camisa con la que el “Chapo” Guzmán, habría salido en una foto junto al actor Sean Penn. Por supuesto, esto responde a una reducción estereotipada, producto de la ola de historias sobre narcotráfico en la televisión y el cine. Sin embargo, algunos de sus rasgos responden, en efecto a la forma de vestir que tuvieron algunos de estos “traquetos”. Para Lucía Elena Acosta (2014), los estereotipos construyen marcos de referencia y ubican nuestra percepción sobre algo, éstos se expresan a partir de la selección de características particulares y prejuiciosas que buscan determinar la totalidad de lo estereotipado. Al analizar el estereotipo del narco mexicano, Acosta, se pregunta sobre si es la ficción la que alimenta la realidad, o viceversa. Ya habíamos propuesto que, en la autorrepresentación de los *sujetos narco* sucedía un

efecto barroco, en la medida en que el consumo de imágenes, como películas de acción, eran asimiladas por ellos a partir de la literalidad. Para construir su argumento, Acosta, sigue las ideas de Diego Gambetta (1993) en su estudio sobre la mafia Siciliana y su relación con la gafas oscuras. Gambetta afirma que antes de los años 40, las gafas oscuras solo eran utilizadas por personas con algún tipo de discapacidad visual; en 1947 apareció una fotografía de director cine John Ford usando este accesorio, desde allí se popularizó su uso en Hollywood. Dos años después apareció la primera película en la que mostraban a unos mafiosos usando gafas oscuras y de allí se popularizó su uso bajo la idea de un criminal que requiere disimular su identidad. Para Acosta, el ejemplo de Gambetta representa la forma en que la ficción alimentó la realidad.

En la siguiente descripción publicada en el periódico El Tiempo (1995) sobre el estereotipo de “El traqueto” a partir de su forma de vestir, podemos identificar algunos elementos característicos de su estilo:

La pinta de aquel hombre parado junto al Mazda de vidrios oscuros, último modelo, es un folklórico reflejo del narcotraficante de tierra caliente: zapatillas blancas tipo cámara de aire, camisa de chalis floreada, de manga corta y desabotonada, una cadena dorada sobre la piel brillante, jean, lentes oscuros, teléfono celular en el lado izquierdo de su cintura y un beeper en el derecho. (párrafo 1)

La afición que muchos de ellos desarrollaron por los zapatos deportivos, de marcas como Nike y Reebok, así como por la ropa importada, pudo responder a una lógica de la economía de la escasez. Antes de 1990, cuando el presidente César Gaviria impulsó las políticas conocidas como “La apertura económica”, en Colombia existían leyes proteccionistas para el intercambio comercial con otros países, de este modo este tipo de prendas resultaba ser muy costosas. Su afición por lo importado, también pudo responder a su naturaleza delictiva. En su mayoría este tipo de productos eran conseguidos por medio del contrabando. El sociólogo Darío Betancourt (1991), estableció que el gusto por los colores “chillones”, las cadenas de oro, los rines de lujo y demás “engalles” del estilo de “el traqueto”, son heredados del *foco costeño*, y representan la moda caribeña.

3.3.3 “El lavaperros”.

Nos encontramos aquí frente al rango más bajo dentro de la pirámide organizacional de la estructura narcotraficante, definidos en el periódico El Tiempo (1995) como: “... guardaespaldas de los traquetos. Les manejan los carros, les hacen mandados, les consiguen mujeres y les quitan de en medio a la gente que los molesta. Un investigador del fenómeno los define como bufones, pero con celular y pistola automática” (párrafo 10). Generalmente se trató de jóvenes, provenientes de barrios marginales que atraídos por el exceso, el dinero y el poder de las armas formaron los ejércitos a los que “los patrones” y “los traquetos” les asignaban las tareas más violentas. En el estudio sobre la violencia pública en Colombia, Marco Palacios (2012), identificó que el mundo del narcotráfico se sintonizó con las

mentalidades individualistas y hedonistas de la juventud, asociadas a las presiones psicológicas del éxito rápido, las modas y el “ansia de velocidad con estilo”. Si, para Ewen (1988): “...el mercado del estilo constituye la presentación de un modo de vida, éste es inalcanzable para la mayoría de las personas. Pero no significa que el estilo no sea relevante para la mayoría. (p.32). Para los “lavaperros”, el “dinero fácil” fue la posibilidad tangible de acceder a ese modo de vida a “cualquier costo”.

Una de las figuras más relevantes del universo de “el lavaperros” es el Sicario. Estos agentes de la muerte al servicio de los “Patrones” fueron los encargados de poner en práctica el poder del narcotráfico. En ellos, la espectacularidad no fue únicamente la puesta en escena de sus imaginarios y deseos, sino que también la forma de ejecutar su trabajo. Esta condición configuró un estilo paradójico en donde la muerte como realidad inminente se mezcló con el exceso como celebración de la vida. Las motocicletas de alto cilindraje, los tenis de marca, la ropa a la última moda norteamericana y la música a todo volumen se mezclaban con cruces de oro colgadas al pecho, tatuajes de la Virgen Maria y santuarios personales con las imágenes de santos y apliques de oro. Para Alonso Salazar (1991) esta relación es evidente, al respecto afirma que: “Ellos no solo están dispuestos a morir en acciones espectaculares. Su propia cotidianidad está cargada de muerte. Cuando un joven se vincula a la estructura del sicariato sabe que su vida será corta. Muchos de ellos dan con buena anticipación, las instrucciones para su entierro. En realidad le temen más a la cárcel que a la muerte” (Salazar, 1991, p.50). Así, expresaron al mismo tiempo una religiosidad fanática mezclada con la frialdad de sus crímenes. El fervor religioso concentrado en el uso

de símbolos cristianos, cumplía un doble efecto: el de la protección ante el peligro y el de la redención ante el pecado. De esta forma, relegaron en estas imágenes la responsabilidad de sus actos, en la medida en que la imagen sagrada: "... se convierte en un interlocutor y, si no en una persona, al menos en una potencia con la cual se negocia, se regatea, sobre la cual se ejercen todas las presiones y todas las pasiones" (Gruzinski, 1990, p.164). Por lo tanto, antes de cada "trabajo" se encomendaban a las imágenes religiosas pidiéndoles el éxito del mismo, a cambio del pago de todo tipo de "promesas" que usualmente estaban ligadas con la mejoría de las condiciones de vida de los suyos. Mientras que "El Patrón", buscó por todos los medios formas de capital que le permitieran el acceso a las burguesías establecidas, los "lavaperros" se conformaron con lograr status entre los suyos. Así, muchos de sus gestos del gusto se expresaron en la vida barrial. En la arquitectura por ejemplo, se fueron modificando, poco a poco, las fachadas de sus casas. Agregando detalles, que imitaban la hacienda de "El Patrón", los barrios populares de ciudades como Medellín y Cali, fueron orquestando, basados en el éxito o no de la vida sicarial, un paisaje híbrido de estilos y gustos.

3.3.4 Matriz de análisis del *gusto narco*.

Analicemos la siguiente matriz que busca construir un marco comparativo entre las diferentes manifestaciones del gusto dentro de la estructura interna de la organización.

	<i>El Patrón</i>	<i>El Traqueto</i>	<i>El Lavaperros</i>
Arquitectura	<p>Monumentalidad.</p> <p>Haciendas con grandes extensiones de tierra y mansiones.</p> <p>Condición <i>neobarroca</i>: Límite y exceso.</p> <p>Alegoría del monstruo.</p> <p>disonante producto de la imaginación.</p> <p>Excentricidad.</p>	<p>Adaptación de la monumentalidad a versiones más reducidas.</p> <p>Configuración de fachadas de los barrios de clase media.</p> <p>Alegoría del monstruo.</p> <p>Disonante dentro de los límites del espacio.</p> <p>Exceso de detalle.</p>	<p>Construcción vertical.</p> <p>Adición sobre lo construido</p> <p>Escaleras externas</p> <p>Modificación de las fachadas de barrios populares</p>
Artes plásticas	<p>Coleccionismo de antigüedades, pintura y escultura.</p>	<p>Imitaciones</p> <p>Coexistencia con elementos de la cultura popular</p>	<p>Imágenes religiosas, santuarios personales.</p>
Estilo	<p>Rural – urbano</p> <p>Sombrero, ropa de marcas importadas.</p> <p>Gafas oscuras</p>	<p>Pura exterioridad.</p> <p>Joyería visible</p> <p>Autos con vidrios polarizados.</p> <p>Marcas importadas, logo visible.</p>	<p>Urbano.</p> <p>Moda juvenil.</p> <p>Jeans y tennis “Rebook” o “nike”</p> <p>Tatuajes.</p>

Fuente: Autoría propia.

3.3 Más allá de *lo narco*.

Al final del artículo “La estética del narcotráfico” la arquitecta y profesora Adriana Cobo (2008), propone tener en cuenta la inclusión de dicha estética como fuente en la construcción de ciudad. Afirma que, de la misma manera en que la inminente legalización de las drogas supone estrategias diferentes a la penalización, los arquitectos colombianos deben comprender estas formas asociadas al *gusto narco*, que se han expresado a lo largo de los años por medio de la informalidad, lejos de la dimensión punitiva. En otras palabras, que el señalamiento hacía estas expresiones del gusto fundamentado en juicios morales debe dejarse de lado para empezar a comprender de qué manera allí se configuran formas acordes a nuestra realidad, y de este modo comprenderlas como inspiración. En la invitación de Cobo, encontramos una oportunidad de análisis que puede extenderse a todas las manifestaciones del gusto asociadas al narcotráfico. Ya García Canclini (1990), habría advertido que en la categorización del gusto propuesta por Bourdieu (1979) la oposición *gusto burgués vs. gusto popular* podría resultar inoperante en América latina, en la medida en que, pensar en el *gusto popular* como una estética “pragmática y funcionalista”, determinada por su incapacidad de configurar un campo de elaboración simbólica autónomo, no estaría acorde con ciertas manifestaciones propias de nuestra cultura. Como lo afirma el propio García Canclini: “... esos diversos capitales culturales no constituyen desarrollos alternativos sólo por la inercia de su reproducción. También han dado el soporte cultural para movimientos políticos nacionales, regionales, étnicos o clasistas que enfrentan al poder hegemónico y buscan otro modo de organización social” (García, 1990, p.13). De

este modo, advierte que reducir las prácticas del *gusto popular* a formas empobrecidas del gusto legítimo sería negar la posibilidad que reside en las estéticas populares de fabricar un espacio de construcción simbólica que se aleje del pragmatismo de la vida cotidiana. Así por ejemplo, el gasto suntuoso en las fiestas populares y religiosas no responde a una necesidad de supervivencia, si no a un ejercicio de expresión identitario.

En el escenario del consumo de bienes simbólicos por parte de los *sujetos narco* podemos identificar la puesta en práctica de expresiones asociadas al *gusto popular*, que encontró en las condiciones socioculturales de la época, la posibilidad de expresar lo que el sociólogo brasileño Sergio Miceli llamó “campo simbólico fragmentado” (citado por García Canclini, 1990). Es decir, que al no existir en nuestra cultura multiétnica un campo autónomo unificado, la circulación de bienes simbólicos responde a la heterogeneidad. De este modo, podría afirmarse que la circulación de capitales económicos producto del negocio de la droga aceleró un proceso que ya se encontraba inmerso en nuestra cultura. Si bien, como afirma Bourdieu (1979), el nacimiento de un campo artístico autónomo asociado al desarrollo capitalista configuró un gusto burgués legitimado. En Colombia el consumo de estos bienes no siempre se expresó como una necesidad de acumulación capitalista.

Entonces, ¿existe una estética narco? se pregunta el semiólogo e investigador Armando Silva (2015). Para él quizá este fenómeno puede referirse a lo que se conoce como “exageradamente expresivo”, muy cercano al gusto popular y, que de no ser por la violencia asociada a el, sería parte de una reconocible formación de nuevas clases urbanas

en Colombia: “Hay acá un interesante encuentro subterráneo entre lo popular, que sueña con castillos, y la arquitectura narco que los ejecuta” (Silva, 2015, p.126). Si aceptamos la advertencia de García Canclini con respecto a la configuración del *gusto popular* en América Latina, podemos afirmar que en Colombia en la década de los años ochenta y noventa hubo un punto de inflexión nutrido por el crecimiento de la empresa criminal del narcotráfico, que permitió el desarrollo de nuevas formas de elaboración simbólica de las clases populares y que, producto de su masificación, hoy podemos encontrar como expresiones auténticas y modelos de representación.



Figura 8. Vivienda, Cali. Luis Molina Pantin, 2004-2005.

Fuente: <http://luismolinapantin.com/estudio-informal-de-la-arquitectura-hibrida-vol-1-la-narco-arquitectura-y-sus-contribuciones-a-la-comunidad-cali-bogota-colombia-valenzuela-klenner-galeria-bogota-curated-by-julien-petit-octob/>

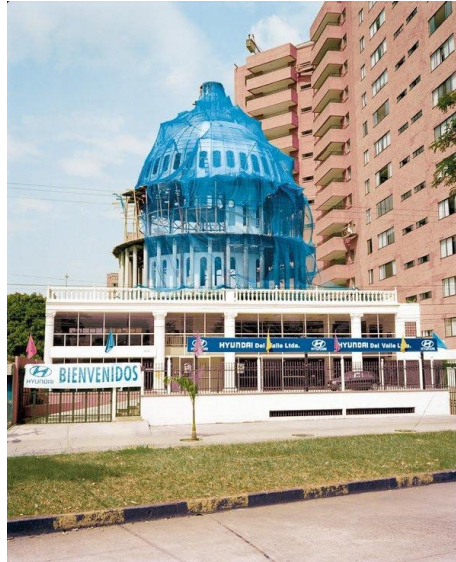


Figura 9. Concesionario de automóviles, Cali. Luis Molina Pantin, 2004-2005.

Fuente: <http://luismolinapantin.com/estudio-informal-de-la-arquitectura-hibrida-vol-1-la-narco-arquitectura-y-sus-contribuciones-a-la-comunidad-cali-bogota-colombia-valenzuela-klenner-galeria-bogota-curated-by-julien-petit-octob/>

Por último, vale la pena revisar brevemente algunas fotografías del artista venezolano Luis Molina – Pantin, de la serie titulada “Estudio informal de la arquitectura híbrida Vol. 1. La narco-arquitectura y sus contribuciones a la comunidad. Cali – Bogotá. Colombia” (2008). La serie compuesta por fotografías arquitectónicas realizadas entre los años 2004 y 2005 busca dar cuenta de algunas huellas del narcotráfico en la arquitectura colombiana. Según el portal alemán *artnet.de*, el interés de Molina-Patin se encuentra en retratar formas de hibridación arquitectónica producto del gusto narcotraficante, que desbordan el imaginario del estilo personal y se trasladan al espacio comercial y público. A su vez, identifica en estas formas la búsqueda de condensar todas las culturas posibles en un espacio ficticio. A partir del ejercicio plástico de Molina-Patin podemos establecer la manera en que el *gusto narco* se expresó más allá de los límites criminales. Por ejemplo, el Parque Jaime Duque,

ubicado a las afueras de Bogotá, representa la manera en que estas formas de producción simbólica circularon como parte del consumo popular. Si bien, el parque no pertenece ni perteneció a ningún *sujeto narco*, en este se expresa una característica típica de las edificaciones que proliferaron para la época. El encuentro artificial y ficticio de todo tipo de formas superpuestas, y la representación de diversas culturas reales e imaginarias conviviendo en un mismo lugar. La atracción, abierta al público, se configuró como un escenario democrático y escultórico para todo tipo de público que quisiera aprender sobre cultura general.



Figura 10. Parque Jaime Duque 1, Luis Molina -Pantin, 2004-2005.

Fuente: <http://luismolinapantin.com/estudio-informal-de-la-arquitectura-hibrida-vol-1-la-narco-arquitectura-y-sus-contribuciones-a-la-comunidad-cali-bogota-colombia-valenzuela-klenner-galeria-bogota-curated-by-julien-petit-octob/>

Reflexiones finales.

Al afirmar Bourdieu (citado por García Canclini, 1990) que "el lugar por excelencia de las luchas simbólicas es la clase dominante misma", no hacía referencia a otra cosa que identificar en el escenario del gusto legítimo la naturaleza de la distinción. Es decir que, es el *buen gusto* el que necesita del *mal gusto* para conformarse y no al revés. Al enfrentarnos al fenómeno del *gusto narco* en Colombia en la década de los años ochenta y noventa, dicha afirmación parece retumbar aún más fuerte. En definitiva, la proliferación de ciertas manifestaciones del gusto asociadas a los *sujetos narco* fue acuñada bajo este término como producto de la condena social y estrategia de distinción de las clases dominantes, que vieron poco a poco como ciertas formas simbólicas empezaron a multiplicarse en los espacios que antes eran escenario de su dominación. Podríamos comprender esta realidad si entendemos al narcotráfico como una "revolución", como lo propuso el escritor Gustavo Álvarez Gardeazábal (1995), que determinó que para que existiera una revolución debían existir una serie de rasgos singulares, que en el caso del narcotráfico en Colombia se cumplieron a cabalidad: i) el cambio en el concepto "dueño de la tierra", que generó nuevas fuentes de ingreso para las poblaciones rurales; ii) un cambio en lo económico que, indiscutiblemente, activó casi la totalidad los sectores económicos; y iii) un vigoroso movimiento en la estructura piramidal de la sociedad, que permitió un ascenso de nuevas clases de manera vertiginosa. Sin embargo, Álvarez advierte que se trató de una "revolución incompleta", ya que no tenía intención ideológica y tampoco un "...Napoleón

que lo consolidara”. Si aceptamos esta definición habría que pensar que el rasgo más distintivo de dicha “revolución” se encuentra en la estética, gracias a que allí, en el escenario de las expresiones simbólicas, se presentaron de forma pública la eufemización de sus prácticas. De este modo, se puede entender que la condena a sus gestos se construyó a raíz de una confrontación a los valores establecidos, como lo afirma Omar Rincón (2013): “La verdad, los narcos molestan por sus gustos y formas a la sociedad burguesa (¡la que tiene dinero y poder!), a la sociedad letrada (¡la que se siente invadida de oralidades y visualidades!), a la sociedad política (¡la que siente desplazada de su seducción;)” (p. 3) No obstante, los *sujetos narco* no fueron del todo conscientes de dicha condena, es decir, ellos no consideraban su consumo de bienes simbólicos como producto del *mal gusto*. Por consiguiente, sus elaboraciones simbólicas no se pueden reducir únicamente a la determinación del dedo que las señaló. Así, nos encontramos ante un fenómeno que se estructuró desde diferentes frentes y que, impulsado por una inconmensurable circulación de capitales económicos, en un país tan desigual como Colombia, generó cambios significativos en la cultura. Hoy, algunos años después del primer *boom* del negocio del narcotráfico, sus rasgos circulan en diferentes campos de la vida cotidiana y aunque algunos sectores de la sociedad aún se escandalicen ante ello, poco a poco dichas prácticas se han interiorizado en nuestra realidad como parte del ecosistema simbólico del país. Esto no es gratuito, más allá de la condena y su inmediata categorización estereotipada, el fenómeno se arraigó profundamente en la elaboración simbólica de ciertas clases sociales que encontraron allí la posibilidad de construir algunos rasgos del gusto, que no estuvieran subordinados del todo al gusto legitimado y que les permitiera poner en práctica su propia

expresión del gusto. Como toda revolución, el *gusto narco* aceleró los procesos sociales de forma tal que hoy podemos ver cómo diferentes sectores de la sociedad, fuera de las fronteras delictivas, ponen en práctica formas particulares de dicho gusto como forma de existencia en el espacio social.

Referencias

- Acosta, Lucia Elena (2014) Narcoestética: la estética de la acumulación, *Revista multidisciplinaria*, N. 19, pp. 108 – 124.
- Álvarez, Gustavo (1995). La cultura del narcotráfico, *Revista Número*, recuperado de: http://www.mamacoca.org/docs_de_base/La_Representacion_Social_del_narcotrafico/RevistaNumero_CulturayNarcotrafico_sep_oct_1995_AlvarezGardezabal.pdf
- Aranguren, Mauricio (2001). *Mi confesión. Carlos Castaño revela sus secretos*. Bogotá: Oveja negra.
- Baquero, Petrit (2012). *El ABC de la mafia. Historia del cartel de Medellín*. Bogotá: Planeta.
- Bauman, Zigmunt (2005). *Ética Posmoderna*. Barcelona: Siglo XXI.
- Betancourt, Darío (1991). Los cinco focos de la mafia en Colombia (1968 - 1998). Elementos para una historia. *Folios*. Recuperado de: http://www.pedagogica.edu.co/storage/folios/articulos/fol02_04arti.pdf
- Bourdieu, Pierre (1979a), *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto*. México: Taurus.
- Bourdieu, Pierre (1979b) Los tres estados del capital cultural, *Sociológica*, UAM-Azcapotzalco, núm. 5, pp. 11-17.
- Bourdieu, Pierre (1980). *El sentido práctico*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Bourdieu, Pierre (1984). *Sociología y cultura*. México: Grijalbo.
- Broch, Hermann (1933). La maldad del kitsch. En: Kulka, Tomas (Comp.) (2011). *El*

kitsch. Madrid: Casimiro, pp. 31 – 38.

Calabrese, Omar (1987). *La Era Neobarroca*. Madrid: Cátedra, 1989.

Calinescu, Matei (1976). El hombre kitsch, el artista kitsch. En: Kulka, Tomas (comp). *El kitsch*. Madrid: Casimiro, pp. 63 – 68.

Camacho Guizado, Álvaro (1988). *Droga y sociedad en Colombia. El poder y el estigma*. Bogotá: CIDSE- Universidad del Valle. Camacho Guizado, Álvaro. Compilado.

Caracol radio (2006), Los bienes "iconos" del narcotráfico: entre el abandono y el uso estatal (13 de octubre). Recuperado de:

http://caracol.com.co/radio/2006/10/13/judicial/1160729340_344226.html

Cobo, Adriana (2008). La estética narco. *Esfera Pública*. Recuperado de:

<http://esferapublica.org/nfblog/la-estetica-del-narcotrafico/>

Eco, Umberto (1968). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Tusquets, 2001.

Elias, Norbert (1935). El estilo kitsch y su época. En: Kulka, Tomas (Comp). *El Kitsch*. Madrid: Casimiro, pp. 39-48.

El Tiempo (1991) Una historia de tradición (10 de diciembre). Recuperado de:

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-219637>

El Tiempo (1995) Mira ve, ahí viene un traqueto (12 de marzo). Recuperado de:

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-273101>

El Espectador (2012) Los Capos del cartel de Cali (24 de agosto). Recuperado de:

<https://www.elespectador.com/especiales/los-capos-del-cartel-de-cali-articulo-369729>

Escamilla, Oscar (2002). *Narcoextravagancia. Historias insólitas del narcotráfico*. Madrid: Aguilar.

- Escobar, Juan Pablo. (2014). *Pablo Escobar, mi padre*. Bogotá: Planeta.
- Fitzgerald, Scott (1925), *El Gran Gatsby*. Círculo de lectores, 1981.
- García Canclini, Néstor (1990). *Introducción: la sociología de la cultura de Pierre Bourdieu*. En: Bourdieu, Pierre. *Sociología y Cultura*. México: Grijalbo, pp. 4-36.
- Giraldo, Juan Carlos (2005). *Los Rodríguez Orejuela. El cartel de Cali y sus amigos*. Bogotá: Dipon.
- González-Ortega, Nelson (2015). Realidades y representaciones de la subcultura del narcotráfico en Colombia: ¿origen de una nuevas Ética y Estética latinoamericanas?. En: González-Ortega, Nelson. *Subculturas del narcotráfico en América latina. Realidades geoeconómicas y geopolíticas y la representación sociocultural de unas nueva ética y estética en Colombia, México y Brasil*. Bogotá: Uniandes, pp. 55 – 99.
- Gruzinski, Serge. (2017). *La Guerra de las imágenes. De Cristobal Colón a Blade Runner (1492 -2019)*. México: Fondo de cultura económica, 2013.
- Hume, David (1757). *Sobre la norma del gusto*. Barcelona: Península, 1989.
- Johnson , Mark (2007), *The meaning of body: Aesthetics of Human Understanding*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Kant. “La crítica del juicio del gusto” (1790). Caracas: Monte Ávila.
- Kirshenblatt-Gimblett (1998). *Destination culture. Tourism, Museums and heritage*. Los Angeles: University of California Press.
- Quintana, Laura (2006). De la Unanimidad sentimental a la interacción discursiva: Una interpretación sobre la Norma del gusto de David Hume, *Ideas y valores*, 55, pp. 53-75.
- Restrepo, Laura (1989). *El Leopardo al sol*. Bogotá: Planeta, 2009.

Revista Semana (2002) El arma de los narcos es la discreción (25 de marzo). Recuperado de:

<http://www.semana.com/enfoque/articulo/el-arma-narcos-discrecion/50077-3>

Rincón, Omar (2013) Todos llevamos un narco dentro. Un ensayo sobre la Narco/cultura/telenovela como entrada a la modernidad, *Matrizes*, vol. 7. N.2, pp. 01-33.

Rubiano, Elkin (2007). Arte, estética y cultura. En: Vargas Rodríguez, Alberto. Estética: miradas contemporáneas 2. Teoría, Praxis, Sociedad. Bogotá: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, pp. 149 - 168.

Salazar, Alonso (1991). *No nacimos pa'semilla*. Bogotá: Centro de Investigación y Educación Popular (CINEP). Recuperado de:

http://americo.usal.es/iberoame/sites/default/files/salazar_cultura_bandas_medellin.pdf

Salazar, Alonso (2001). *La parábola de Pablo*. Bogotá: Planeta, 2013.

Silva, Armando (2015). Fantasmas del narcotráfico. De la novela a la telenovela: representaciones de los imaginarios sociourbanos en Colombia. En: González-Ortega, Nelson. Subculturas del narcotráfico en América latina. Realidades geoeconómicas y geopolíticas y la representación sociocultural de unas nueva ética y estética en Colombia, México y Brasil. Bogotá: Uniandes, pp. 104 - 129.

Silva, Renán (2017, 24 de octubre). Charla magistral, Universidad de Los Andes, Bogotá

Wilson, Carl (2014). *Música de mierda: un ensayo romántico sobre el buen gusto, el clasismo y los prejuicios del pop*. Barcelona: Blackie Books.

Wilkis, Ariel (2014), Sobre el capital moral, *Papeles de trabajo* (8)13 p.p 164-168.

