

**NARCO-
ESTÉTICA
EN EL VALLE
DE ABURRÁ,
UNA HISTORIA LOCAL
POR CONTAR**

*NARCO-AESTHETICS AT VALLE DE ABURRÁ,
A LOCAL STORY TO TELL*



[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

César Núñez

Ilvar Josué Carantón Sánchez

[Redacted]

[Redacted]

Docente e investigador de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas en el Programa de Psicología de la Universidad de Medellín, Colombia.

Correo electrónico:

cnunez@udemedellin.edu.co

Docente e investigador, doctorando en Educación de la Universidad de Salamanca. Docente de cátedra de la Universidad de Antioquia. Asesor y consultor en temas culturales, educativos y artísticos.

Correo electrónico:

ilvar.caranton@gmail.com

Fecha de recepción: 13-05-2022

Fecha de aprobación: 10-06-2022

DOI: 10.37127/25393995.148

Resumen

Producto de las reflexiones y discusiones realizadas en el macroproyecto DEVA (Diccionario Descriptivo del Español del Valle de Aburrá), enfocado en reflejar el léxico de los diez municipios del Valle de Aburrá (Antioquia, Colombia), nace este documento que pone de manifiesto algunas de las formas de usos del lenguaje que se tornan violentos, pero que son poco evidentes en la cotidianidad de la ciudad; usos emanados de entrevistas a personajes quienes en revistas y en la televisión expresan sus ideas. En este texto se analiza esa violencia que históricamente ha sido la constante en las comunas de Medellín, pero que las coyunturas criminales han puesto de presente en las relaciones diarias y cómo las urgencias por sobrevivir han obligado a que muchos jóvenes asuman posturas y posiciones radicales; sutilezas y cambios que llevan una carga simbólica pesada y que se encubren en modelos y formas de interiorizar la imagen que proyectan los gustos narcos; construcción de subjetividades para ser aceptados socialmente, no todas ellas visibilizadas y mucho menos estudiadas.

Palabras claves:

Narco-estética; lenguaje; subjetividades; consumo; nuevas violencias.

Abstract

Product of the reflections and discussions realized in the macro project DEVA (from the Spanish acronym for Descriptive Dictionary of the Spanish of Aburrá's Valley), dictionary that tries to reflect the lexicon of ten municipalities of Aburrá's Valley (Antioquia, Colombia), was born this document that reveals some of the forms of uses of the language that become violent, but that are slightly evident in the commonness of the city; uses come from interviews to prominent figures who in magazines and in the television express his ideas. Violence that, historically, have been the constant in the communes of Medellín, but that the criminal conjunctions have put of present in the daily relations and how the urgencies for surviving have forced that many young people assume positions and radical positions. Subtleties and changes that take a symbolic heavy load and that are concealed in models and ways of being internalized of the image that drug traffickers project the tastes, construction of subjectivities to be accepted socially, not all of them made visible and much less studied.

Key words:

Narco aesthetics; language; subjectivities; consumption; new violences.

Bajo la intención de un artículo de reflexión, y partiendo de algunas incongruencias en la lexicografía española moderna (el encontrarse con diccionarios que en la práctica no responden de forma coherente al tipo de obra que teóricamente son y que es bastante fácil encontrar diccionarios descriptivos redactados con actitud prescriptiva), se muestra aquí un análisis reflexivo de corte sociológico, que nace de la necesidad original de construir un diccionario descriptivo del Valle de Aburrá que respondiera a las condiciones culturales y de lenguaje propio y local.

En este ejercicio académico, luego de discusiones y de las encuestas que se realizaban a la comunidad sobre cómo usaban, conocían o empleaban formas de representación lingüísticas como palabras, se hizo necesario verificar en los distintos soportes portadores de textos las formas de uso escrito de las palabras, además de los usos orales. Esto permitió adentrarse en exploraciones y rastreos que llevaron a encontrar en tres entrevistas (dos escritas para revistas y una para un programa televisivo), el eje central e inicial de estas reflexiones críticas desde una perspectiva analítica e interpretativa, develando en los usos del lenguaje el papel que refuerza las prácticas de violencia simbólica del narcotráfico, y cómo lo hacen algo admirable y deseable.

Dice Alonso Salazar Jaramillo que:

...Un lenguaje al mismo tiempo lúdico y profano, brotado desde los territorios de la exclusión, se tomó la ciudad: alquilarse, arañado, doblado, bandera, bonqao, calentura, acelere, cascar, estallarse, carroloco, visajoso... Jergas repetidas como identidad o como esnobismo. A la víctima se le dice regalo, nenorras a las gaviotas, aun en los colegios de buenas familias para referirse a un paisano no muy estimado se le dice gonorrea. Pero las palabras no son gratuitas. Esa alfabetización incorpo-

ra nociones disolventes del pegamento social. En este slang las palabras asociadas con la muerte son las que más sinónimos tienen. (Salazar, 1995).

Se trata de una jerga coloquial estimulada por el sexo, el dinero y el licor. Aquí entra en juego el lenguaje, las nuevas estéticas y los nuevos gustos:

El mafioso pone en acto el mal gusto latente de la burguesía. Esta, al fin y al cabo, siempre ha querido lo mismo que los mafiosos, y no propiamente bibliotecas, parques, conciertos y museos, sino carros, fincas, cemento, caballos, edificios estridentes, música ruidosa, teléfonos celulares. (Abad Faciolince, 1995).

Por eso es que se presentan casos como el reciente de Rafael Manuel Uribe Noguera, perteneciente a una conocida familia de Bogotá vinculada a la construcción, quien fue condenado por feminicidio agravado, acceso carnal violento agravado y secuestro simple agravado de una niña de 7 años. A este sujeto se le impuso una pena de 622 meses en prisión.

Pero no son solo los comportamientos de la burguesía, los gustos ya no satisfacen. Se requieren otras cosas y a esto se le suma:

(...) La incapacidad de las sociedades ricas para contentar a las personas. Pues al prometer el paraíso de los goces del tener, el mundo de la mercancía no deja en realidad de orquestar las frustraciones, carencias y decepciones de la inmensa mayoría. (Lipovetsky, 2007).

De hecho, este aspecto se puede relacionar claramente con lo planteado por Barbero (2000, 2004) al sugerir cómo contextualmente en nuestro medio suena contradictorio la forma a partir de la cual una cultura se engolosina con la apología a imágenes de protagonistas. Imágenes con una existencia de corta duración, pero con la suficiente intensidad como para mover el imaginario y consumismo cultural en una sociedad cuyo interés parece más centrado en la vivencia de la imagen, pero que es incapaz de comprender las búsquedas más intensas y

profundas de hombres y mujeres hoy en día, no solo asociado con los jóvenes sin destino, sino con los adultos juvenilizados (Margulis y Urresti, 1998; Reguillo, 2000). Allí el cambio de piel (rol) juega con la cultura focalizada según sea el interés de consumo, tal como lo expresa Bauman (2007, 2010).

Se puede referir el caso de algunas de las chicas del *Mariposario* en Medellín¹, que optaron por asumir otros roles. Roles que de una manera u otra las protegía de ser soldados del conflicto, y con los que comenzaron un tránsito que aún hoy no para. Sus palabras expresan más de lo que se podría leer a simple vista; ante la pregunta: ¿Qué tipo de hombres te gustan? Su respuesta es: “Nos gustan los hombres que sean ‘neas’, es decir, que sean ñeros, caremalos, pillos. Nos gustan así para el sexo, nos atraen, nos provocan para hacer maldades, pero para algo serio y formal un hombre exitoso, que trabaje y que nos saque a comer a un lugar bien”. Lugar donde el gusto funcional se acomoda fácilmente a la vivencia de lo efímero (Gallón, 2014; Perea, 2000; Pérez et al., 2014).

El término “nea” ha extendido su popularización desde que el ciclista Rigoberto Urán, en el Tour de Francia 2017, explicó a un periodista que su significado está relacionado con lo “*gamín, valija*, normalmente se le llama así a los que llevan el peinado llamado *el siete* y tienen apariencia muy desechable”, y que se usa como un insulto para una persona de mal aspecto o peligrosa, pero también puede significar amigo. Pues bien,

Una sociedad cuyo interés parece más centrado en la vivencia de la imagen, pero que es incapaz de comprender las búsquedas más intensas y profundas de hombres y mujeres hoy en día

en la transformación interpretativa del lenguaje y la narrativa, el contexto es el límite (Tzuetan, 1991; Verón, 1996; Van Dijk, 2011).

Este tipo de personajes llamados “neas” están, casi siempre, ligados a las bandas criminales de la ciudad (Gómez-Etayo et al., 2020), ahora llamadas con el eufemismo “Bacrim”, y las chicas del *Mariposario* los buscan como protección y como posibilidad de encontrar en ellos las perversiones y los placeres y, como ellas lo afirman, hacer maldades. En la calle se aprende y se reta el orden (Pérez-Guzmán y Mejía, 1996), incluso de los roles y la sexualidad como construcción cultural (Gómez-Etayo et al., 2020). Se ratifican cuando dicen retando a la sociedad: “Somos travestis y nos gusta el pene. A nosotras no nos atraen los gays, lo que nos gusta es dañar mentes: los hombres-hombres, que nos vean como niñas” (Gallón, 2014). Para hombres-hombres como lo afirma ya un comercial de una colonia masculina.

¹ El *Mariposario* o las MRP son un grupo exclusivo de transexuales de Medellín, Colombia. Se caracterizan por su belleza, su feminidad y su trabajo con redes sociales. A este grupo pertenece Kim Zuluaga (o Bryham Zuluaga Ríos, por su nombre de nacimiento), a quien la Corte Constitucional le concedió en la sentencia T-562/13 los derechos fundamentales para el libre desarrollo de la personalidad y a la educación, convirtiéndose en un hito para la sociedad colombiana.

Cuerpos que narran, cuerpos que sugieren y son utilizados como mensaje para otros. Cuerpos apropiados en el tránsito, subvirtiendo el orden y los esquemas mentales y corporales. Cuerpo-hablado que es utilizado como herramienta de control, manifestando seducción a través de la belleza, de lo extraño, lo distinto, de lo raro; poder del cuerpo que es deseado, cuerpo que puede ser el premio o el trofeo para demostrar la hombría, muchas veces puesta en duda. En la dinámica de expresión culturizada del cuerpo, este tiene la opción de crear, expresar, transformar y reconfigurar; se va de objeto de amor a objeto de uso y negociación (Lipovetsky, 1990; Lugo, 2003).

En la entrevista a Kim Zuluaga, estas formas de concebir el cuerpo como herramienta de control se enfatizan a través de sus estrategias re-significantes de forma provocadora:

Tengo seis tatuajes repartidos por todo el cuerpo y me quiero hacer más. Tengo uno en un costado del hombro, en el brazo, en la pierna, en la nalga, en la pelvis, en el huesito de la espalda y cada uno significa algo. Por ejemplo, tengo dos geishas, porque me gusta la cultura japonesa y las geishas están relacionadas con el arte, la actuación y además algunas eran travestis. La catrina (mujeres de la muerte en México) me la tatué un 31 de octubre, día de los muertos, porque es una contra, lo cuida a uno. También está mi nombre, Kim, acá atrás donde termina la espalda, para que cuando esté haciendo el amor no se olviden de mi nombre. Finalmente, en la pelvis tengo una mariquita que me la hice a los 13 años". (Gallón, 2014).

El tatuaje no es una marca, es en esencia un significado (Garcés-Montoya et al., 2009; Le Du, 1976; Núñez et al., 2020).

El poder de las palabras y la violencia simbólica entran en la lucha. La mujer o el travesti exitoso deberá tener cierto aspecto físico para poder acceder no solo a un hombre, sino a una red de relaciones sociales que le permitan el ascenso social y económico particularmente (Mata-Navarro, 2013).

En el marco de las palabras no solo se reconfigura el mundo que existe, se crea otro, casi siempre mediado por el cuerpo (Núñez et al., 2020; Ruiz-Gil y Villa-Gómez, 2000).

La palabra que hace carrera es *guapura*. Que confunde mentes, que les hace pistola a los bien pensados guardianes de la tradición y las buenas maneras. Encanto que siembra la duda, que llama a la experimentación, que causa sacudones y erecciones hasta en los más señores, quienes después se persignan o las ofenden tratando de desviar el efecto que tienen estos niños (que se han hecho niñas), en sus entrepiernas. Señoritas con pene que seducen en extremo, siendo dueñas de una energía sexual de naturaleza distinta que atrae sutil, pero constantemente.

De acuerdo con Mata-Navarro (2013) el cuerpo deseado por estas mujeres y estos jóvenes en tránsito debe ser un cuerpo necesariamente modificado; el cuerpo real se oculta, es vergonzoso, un lastre para el éxito social, para el aumento en la estructura, para la trascendencia personal. El cuerpo *narco* femenino viene de una idea occidental de cuerpo perfecto que busca borrar las experiencias de vida como la madurez y la maternidad, enmarcando mucho más la sexualidad como valor de cambio y convirtiendo al cuerpo en un artífice fantasmagórico que nunca envejece, que permanece intransitable. En el límite de la cultura el valor transformativo del cuerpo es tan cambiante como constructor de identidades (Moore, 2000; Núñez, 2002).

La magia también entra en juego en estas puestas en escena corporales, en un mundo mítico presente en la cultura colombiana, dice Muñiz (2011). Considerar la cirugía cosmética como la fuente de la eterna juventud o como el mecanismo idóneo para aumentar la autoestima obedece a una mirada positiva y optimista de un proceso que, parafraseando a Margo Glanz (2018), resulta ser en muchos casos "un pacto con el diablo", una fantasía que en muchas ocasiones termina en una pesadilla.

En estos espacios donde no se tolera la traición ni la deslealtad, la cirugía estética sirve también para demostrar el poder que se tiene. En esta red de relaciones no solo el narco utiliza estos cuerpos femeninos o feminizados para ejercer poder social, sino que también hay una necesidad de estas y estos jóvenes por mantener una autonomía, en un marco donde las instituciones como la escuela, la familia y el matrimonio ya no son suficientes para poder asegurar un éxito social. Desde allí surgen nuevas formas de acceder a ese éxito social; entre ellas, las que se relacionan con vías ilegales como el tráfico de drogas que asegura un aumento en el capital económico y social de manera vertiginosa, con una ganancia en menor tiempo, pero un riesgo mucho mayor (Mata-Navarro, 2013).

Según Fernández-Enguita (2016), tradicionalmente la educación ha sido una institución respetada y legitimada, pues sus fines traían ciudadanía, cultura, trabajo cualificado y una presunción de superioridad. Aunque aún hoy en día vende en el discurso de algunos sectores de las clases media y baja, ha perdido validez y su papel de correspondencia escuela-empleo es bastante cuestionado. Ahora incluso genera en muchos casos desapego, rechazo, desengaño y abandono, en un mundo donde la ruptura del rol prevalece al consumo razonable de mercados y símbolos (Bauman, Derrida, 1995; 2005; Guiddens, 1991) y donde las oportunidades han sido bastante restringidas históricamente (González y Tovar, 1995).

De esta manera, la preocupación por la educación pasa a un plano de menos relevancia y aquellas formas “nuevas” de acceder al éxito toman una preponderancia notable. Como ejemplo de esto tomemos un caso publicado en la Revista Semana por Carolina Rojano en 2014, en donde entrevista a Yenis Lugo, mujer de 27 años que afirma, con orgullo, ser la reina de las cirugías en Colombia; un estatus que se ha ganado tras ser intervenida en el quirófano en 21 ocasiones (dato hasta ese año): “Yo le lla-

mo la atención a todos los hombres, desde el más pobre hasta el más rico”, dice Yenis, quien cuenta que aquellos que han sido pareja suya son tipos adinerados, empresarios en su mayoría. Según ella, un hombre siempre busca que la mujer lo haga ver, que lo haga notar a donde llegue. Y más si se trata de personas con mucho dinero (Rojano, 2014).

Las afirmaciones anteriores dejan entrever algunas cosas que se dicen en forma velada. Yenis tiene el pleno convencimiento, al decir que a todos les llama la atención sin importar el estrato socio económico, y está dando a entender que el prototipo de belleza que ella tiene y muestra en su cuerpo es el aceptado socialmente y que ese es el ideal o arquetipo de mujer-objeto-deseo. Cuando nombra a los tipos adinerados y empresarios —que podrían ser de alto riesgo— deja una sensación bastante mercantil y objetualizada, al manifestar que es buscada para que el otro se haga notar o se haga ver. En el fondo lo que está asumiendo es que ella es un objeto o es el trofeo para ser exhibido por el portador; es decir, la persona que tiene mucho dinero. Se trata de una especie de orgullo representado en el espejo de otro, cuyo valor corresponde en esencia a un producto de mercado, tanto intenso como efímero (Arbolea-Vergara, 2000; Ardila et al., 1995).

No satisfecha con ello, reta nuevamente con sus afirmaciones a la sociedad, dando a entender que su postura es la ideal y la que deberían seguir las mujeres que deseen “triunfar” en la vida. Ella considera que la mujer más encantadora es la que está “operada”. Piensa que, de 20 personas, 19 quieren tener un cuerpo como el suyo. Dice que aquellas mujeres que la critican negativamente, lo hacen porque la envidian; y que los hombres que también desaprueban su apariencia física, simplemente son homosexuales: “Solo los gays pueden criticarme porque quieren ser como las mujeres”, afirma Yenis (Rojano, 2014). Según afirma, gracias a su aspecto físico se ha convertido en el orgullo de la familia Lugo,

Un rastreo del origen de la llamada narcoestética podríamos remitirnos a finales de la década de los setenta, cuando los primeros traficantes comenzaban a buscar socios en las urbes norteamericanas y, ante el desconocimiento del idioma y de la labor que estaban realizando, los sitios de encuentro eran los burdeles o bares de prostitutas (Yagoub, 2014).

y dice dichosa que su sobrina posa ante las cámaras de forma muy parecida a ella. Y expresa, sin reparos, que “a Oriana la podemos dejar sin cirugías por ahora. Pero si llega a necesitar alguna, va para el quirófano” (Rojano, 2014).

Estos juegos con las palabras aparentemente inofensivas respecto al destino estético de la sobrina, puestos en otros escenarios, varían su significado. Retan, confrontan y ponen a una sociedad a repensarse; pero el problema está en que esta sociedad no se desea pensar. La violencia ha anestesiado a tal grado a la sociedad colombiana que cualquier cosa que se diga y/o se haga, se toma por normal. Hablamos de una sociedad anómica que interiorizó la muerte, el asesinato y las masacres como una forma cotidiana de vivir, y a las mujeres y los travestis como trofeos o premios al mejor postor, en un mundo desbordado de consumo a cualquier precio y sin cálculo de consecuencias (Bauman, 2000), y que crea en su ruta diversas connotaciones (Verón, 1996).

En el mundo del narcotráfico, el poder simbólico manifestado a través de ciertas prácticas corporales como la cirugía estética o la exhibición de artefactos tales como coches, celulares y dinero permiten que, como si fueran pavos reales, desplieguen sus plumas para atraer a otras mujeres hacia ese entorno. Lo que resulta atractivo es la posibilidad de adentrarse en un círculo social que obtiene su poder a través de la ostentación

de varios recursos, principalmente del capital económico y corporal, generando una cierta violencia simbólica que permite establecer relaciones de amistad donde aquella que tiene “mejor cuerpo” es la más admirada (Mata-Navarro, 2013). Capital corporal que es lo único que poseen la mayoría de jóvenes en pueblos y ciudades colombianas, al punto de justificar un mercado en que la identidad parece transformarse tan rápido a expensas del consumo del presente (Garcés-Montoya, 2007; Maffesoli, 2001).

Para el caso, la palabra *narcoestética* utiliza el prefijo “narco” para referirse a un fenómeno particular de la sociedad contemporánea. Etimológicamente esa partícula procede del griego *nárke*, que significa sopor, letargo, somnolencia, adormecimiento, modorra. En función del lenguaje popular, narco se asocia con el tráfico de estupefacientes (Prieto, 2006), pero al intentar un rastreo del origen de la llamada narcoestética podríamos remitirnos a finales de la década de los setenta, cuando los primeros traficantes comenzaban a buscar socios en las urbes norteamericanas y, ante el desconocimiento del idioma y de la labor que estaban realizando, los sitios de encuentro eran los burdeles o bares de prostitutas (Yagoub, 2014).

Paralelamente, el estilo de mujer voluptuosa, rubia, de caderas y senos grandes se convirtió en el canon que se reprodujo en forma industrial en las ciudades de origen de estos perso-

najes, pero especialmente, por el biotipo de las mujeres en Medellín y Cali; y ese prototipo definió a la narcoestética. Omar Rincón afirma que:

La narcoestética está hecha de la exageración, lo grande, lo ruidoso, lo estridente, la ostentación: una estética popular que se expresa en objetos, armas, autos, modas y arquitectura; exhibicionismo del dinero; el poder de la abundancia propia de quien no ha tenido nada; el poder de exhibir que se muestra en autos, viviendas, mujeres y joyas. (Rincón, 2013).

Y sobre este margen ideal de vida cómoda se teje mucha de la representación de la violencia (Margulis y Urresti, 2008; Gómez-Etayo y Núñez, 2020).

Usando los conceptos del sociólogo francés Gilles Lipovetsky (2007) sobre los cinco paradigmas de búsqueda de la felicidad, en este caso se trataría del demonio Penia, que en la mitología griega era la personificación de la pobreza y la necesidad, siendo por tanto odiada y marginada por todos los hombres, el motor que inicia el camino de la búsqueda de la supuesta felicidad. Esta noción está profundamente anclada a una forma de existir en el presente (Maffesoli, 1997; Reguillo-Cruz, 2007) y de resaltar la individualidad como meta-relato (Touraine y Khosrokar, 2002).

Según la versión de Francisco Traver Torras (2008), la historia inicia cuando en la boda de Afrodita una mendiga llamó a la puerta muerta de hambre; venía por las sobras de la comida, se llamaba Penia y después de conseguir entrar en el banquete y acceder a los alimentos que allí sobraban y de hartarse de comer y beber, se propuso seducir a Poros. No le fue difícil pues acudió a aquello a lo que Poros era más sensible: la adulación. Poros y Penia se refugiaron en el jardín huyendo de las miradas del resto de los invitados y allí copularon una y otra vez. Se dice que de esa unión nació Eros: el amor que no debe confundirse con el deseo, hijo del recurso y la necesidad, del exceso y la pobreza. Eros es metafísicamente y metafóricamente aquello

que une el hambre y las ganas de comer, el queso y el ratón, el botín y el pirata, el amante y al amado. Es por eso que Eros es un dios alado pues representa un salto, un viaje psicopómpico entre una subjetividad y su contraria.

Este demonio, Penia, se convierte en impulsor de “pa las que sea”, frase que forma parte del imaginario y de uso cotidiano, llegando a convertirse en slogan de la marca de aguardiente de la Fábrica de Licores de Antioquia (FLA), ligado a las festividades. Llámese Feria de Flores o las decembrinas; aunque por la frecuencia de música y de borrachos, todo el año se convierte en diciembre para un alto número de antioqueños, sumado a las felicidades o tristezas que traen los equipos de fútbol locales, y a que una fiesta sin *bebestibles* no es fiesta.

El respaldo dado a esta frase por el emporio alcohólico que es la FLA reinventa la frase de las madres en Antioquia: “Consiga la plata, mijo. Consígala honradamente, y si no puede honradamente, consiga la plata, mijo” (Castro-Lee, 2005; Gómez, 2010; Valderrama-Santamaría, 2013). Frases con el respaldo politiquero necesario fortalecen imaginarios de esas palabras sin espíritu, pero dañinas.

O como lo afirma Jorge Giraldo Ramírez (2010):

Es una expresión contundente, con rima y con ritmo, con timbre adecuado al oído paisa, y difundida en vallas, tablados, coliseos, emisoras de radio, canales de televisión y papel impreso. Un mensaje dirigido a toda la región y a todas las gentes que la habitamos. Un mensaje sin ambigüedades ni medias tintas.

“Pa las que sea” alude a los fines y “como sea” se refiere a los medios.

Si seguimos a Norberto Bobbio, la discusión sobre los fines es asunto ético, mientras que la discusión sobre los medios es asunto técnico. Dicho de otro modo, cuando preguntamos por los fines juzgamos su probable bondad; cuando hablamos de medios pensamos básicamente

en su eficacia para alcanzar esos fines” (Giraldo-Ramírez, 2010).

“Un paisa no se queda varado nunca, porque son echados pa'lante” es algo que se escucha en todos los estratos socioeconómicos. Pues bien, “como sea, pa las que sea” resuelve el problema tajantemente. No hay reflexión ni deliberación posible. “Pa las que sea” significa que cualquier cosa es buena; basta proponérsela o quererla. No hay restricción moral en la elección del objetivo, del ideal o de la meta. “Pa las que sea” es una invitación a la acción, sin meditación y, ante todo, sin consideración de algún parámetro moral o constitucional (Giraldo-Ramírez, 2010).

En una sociedad construida bajo los parámetros de las metas, las competencias y los indicadores de gestión, el “como sea” se torna perfecto. Se ve con buenos ojos porque es triunfar en la vida, y no se juzgan los cómo, lo que importa son los objetos con los que se hace visible el sujeto. Cumplir con las metas propuestas es el nuevo modelo empresarial y personal, es síntoma de éxito y felicidad en un mundo cada día más alejado de lo ético. Y como en el imaginario caló la frase de “echados pa'lante” esto se convierte en un detonante o provocador de arrojo, de aventura y de temeridad sin limitaciones, para mostrarle al patrón o al amor de su vida la valentía que se tiene.

En esta sociedad sin escrúpulos, sin inhibiciones, que ha llegado a ser considerada el burdel más grande del mundo, y como lo afirma Andrés Olarte (2014): “Los narcos siempre tienen apetito de una mujer hermosa. El dinero nunca ha sido un obstáculo para ellos y en la ciudad (Medellín) que solía circular el dinero fácil, todo tiene un precio” en un artículo titulado “Vírgenes a la venta en Colombia en el burdel más grande del mundo” que se publicó, junto con un video que muestra una realidad invisibilizada en la capital antioqueña, el 18 de septiembre de 2014 en el canal de televisión Channel 4 de Reino Unido.

Colombia es una sociedad que ha hecho del narcotráfico un ejercicio de admiración. Una sociedad que ha sobrevivido económicamente de las prácticas del narcotráfico, el lavado de activos en todas sus formas: inmobiliaria, construcción, centros comerciales, negocios informales, todo a mil, gimnasios, casinos, discotecas, restaurantes..., una sociedad permeada en todas sus capas y todas las formas de escalada social aceptadas. Dice Omar Rincón que por eso esa cultura gusta en cuanto nos cuenta cómo somos: sociedades de sobrevivencia, sociedades de la exclusión donde solo se puede avistar el sueño de la modernidad vía lo paralegal (ya que no es ilegal, es el otro sistema de ascenso social): el narco permite pequeñas felicidades capitalistas; imagina progreso, libertad, igualdad; promete el confort del tiempo libre, las mujeres, el entretenimiento y la figuración social. Por eso es que se afirma que “todos llevamos un narco adentro”, lo cual no significa que seamos narcos: ni comercializamos, ni consumimos, solo habitamos en culturas en que los modos de pensar, actuar, soñar, significar y comunicar adoptan la forma narco: toda ley se puede comprar, todo es válido para ascender socialmente, la felicidad es ahora, el éxito hay que mostrarlo vía el consumo, la ley es buena si me sirve, el consumo es el motivador de poder, la religión es buena en cuanto protege, la moral es justificatoria porque no tenemos otra opción para estar en este mundo (Rincón, 2009).

Volviendo nuevamente a los cinco modelos de búsqueda de la felicidad que plantea Lipovetsky, Penia o la diosa pobreza, símbolo de la desdicha subjetiva en medio de la opulencia material y motor que impulsa el “pa'las que sea”, muestra que una vez resuelta la carencia, la ausencia o la necesidad, que casi siempre son el dinero y las necesidades creadas por la sociedad de consumo, aparece el segundo personaje y es Dionisio, dios de los excesos, del ludismo de la carne, de la efervescencia festiva y del éxtasis de todo género. Excesos que se manifiestan como

primera instancia en resolver el problema de la casa para la *cucha* de manera exuberante y, una vez cumplida esta promesa, avanzar hacia las otras formas de alarde: bocelería, cromado y pintura sintetizados. En una palabra: “engallar”; ya sea a la novia, esposa, amante o concubina, para luego pasar a comprarse la *nave* y todas aquellas cosas que añoraba, parchado en la esquina de la cuadra.

Por ello, el tercer personaje resulta ser Superman o Superwoman, el signo de la competencia, la excelencia y la superación de todo obstáculo. El cuarto es Némesis, diosa de la venganza y de la envidia que actúa contra el exceso de felicidad de los mortales exacerbando el odio, los celos, la rivalidad y la competencia envidiosa. Y en quinto lugar deja a Narciso el anhelo de la privatización de la propia existencia, la vida a la carta, la pasión por la autonomía y la individualización frente al peso de las instituciones morales. Cinco paradigmas que son referencias constantes pero que crecen y menguan en la partitura marcada por el compás del mercado. Parecería concluirse, como ya había poetizado Louis Aragón, que “quien habla de felicidad suele tener los ojos tristes”.

De esta manera es explicable que, por ejemplo, Yenis considere que en todas partes del mundo se encuentran mujeres con busto y trasero voluptuosos. Para ella “MUJER NATURAL NO HAY, NO EXISTE”. Asegura que las únicas que cuentan son las niñas de dos años de edad, pues piensa que desde que una persona se arregla las uñas, se depila las cejas y se cepilla el cabello “ya deja de ser natural”.

Siguiendo las palabras de Olarte, el Valle de Aburrá es el culpable de la fama que tiene. Un valle que llevó al pedestal a un villano como Pablo Escobar y en el que, actualmente, se mantienen cánones de belleza como los de las prepagos, no

es víctima sino todo lo contrario: cómplice. El Valle de Aburrá es un lugar magnífico que tiene secuelas en el pensamiento colectivo que, lejos de aportar, colabora con enterrar al pueblo en una absurda corteza de doble moral, cercana a la precarización humana a nivel material y simbólico (Le Blanc, 2007). Si se quiere cambiar la forma en la que se reconoce a las ciudades y al país en otras tierras —y desde su autoconsciencia—, se debe trabajar en pro de eso y no solamente buscar que se oculten verdades enormes como la de la trata de personas en la ciudad más innovadora del mundo, según *The Wall Street Journal* (Olarte-Artunduaga, 2014).

Como Omar Rincón lo reitera, la narcoestética no es mal gusto, es otra estética. La más común entre las comunidades desposeídas que se asoman a la modernidad y solo han encontrado en el dinero la posibilidad de existir en el mundo; y ese dinero que compra todo se consigue con lo narco, lo ilegal, la corrupción y el poder político. Berlusconi, como Uribe, como Chávez, como Correa, son ídolos populares, ídolos que encarnan al pueblo y niegan la regulación colectiva y los valores de la modernidad. No son narcos, pero habitan los valores de la narcocultura y expresan en sí mismos y en sus modos de gobernar la narcoestética, y seducen porque son auténticos y generan identificación. “¡Los equivocados somos otros! ¡Los equivocados somos los que compramos los valores de la modernidad!”, (Rincón, 2009) Narco.lombia existe y es verdadera y seduce más que nunca .

Y no continuamos con este escrito porque ¡ustedes no saben quiénes somos nosotros!

Referencias

- » Abad Faciolince, H. (1995). Estética y Narcotráfico. En: *Revista Número*, Vol. 7. Separata ii-iii.
- » Arboleda-Vergara, M. (2000). Entre identidades y marginalidades. En: Barbero, Jesús, M.; Restrepo, L.; Perea, C. *Umbrales, cambios culturales, desafíos nacionales y juventud*. Medellín: Corporación Región.
- » Ardila, A.; Cely, A.; Garavito, Z.; Gonzáles, C.; Marín, M.; Moreno, M.; V., Perlaza, S.; Pinzón, S.; Suarez, C. (1995). Todo lo que nos gusta se evapora. En: Parra, R., Roux, F.A. *Proyecto Atlántida: estudio sobre el adolescente escolar en Colombia*, tomo II (págs. 5-115). Cali: Fundación FES, COLCIENCIAS, TM Editores.
- » Barbero, J. (2004). Crisis identitarias y transformaciones de la subjetividad. En J. Martín-Barbero., G. Daza. y M. Zuleta. *Debates sobre el sujeto. Perspectivas contemporáneas* (pp. 33-45). Bogotá: Universidad Central.
- » _____. (2000). *Umbrales: Cambios culturales, desafíos nacionales y juventud*. Medellín: Corporación Región.
- » Barbero, J.; Restrepo, L.; Perea-Restrepo, C.; Reguillo-Cruz, R. y Valenzuela-Arce, J. (2000). *Umbrales: Cambios culturales, desafíos nacionales y juventud*. Medellín: Corporación Región.
- » Bauman, Z. (2000). *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. España: Gedisa.
- » _____. (2005). *Identidad*. Barcelona: Losada.
- » _____. (2007). *Vida de Consumo*. FONDO DE CULTURA ECONÓMICA. <https://construcciondeidentidades.files.wordpress.com/2017/11/bauman-vida-de-consumo.pdf>
- » _____. (2010). *Mundo Consumo*. México: Paidós.
- » Castro-Lee, C. (2005). *En torno a la violencia en Colombia: una propuesta interdisciplinaria*. Cali: Universidad del Valle.
- » Derrida, J. (1995). Retóricas de la droga. En: *Revista colombiana de Psicología*, 4, 33 –44.
- » Fernández Enguita, M. (2016). *La educación en la encrucijada*. Fundación Santillana.
- » Gallón, P. (2014). *La lengua de la mariposa*. Vice. Recuperado de https://www.vice.com/es_co/article/gq7x57/la-lengua-de-las-mariposas
- » Garcés-Montoya, Á. (2007). Territorialidad e identidad Hip Hop raperos en Medellín. *Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación*, 5(10), 125-138. <https://revistas.udem.edu.co/index.php/anagramas/article/view/777>
- » Garcés-Montoya, Á.; Tamayo, P. y Medina-Holguín, J. (2009). Como Un Tatuaje... Identidad y Territorios en la Cultura Hip Hop de Medellín. *Educación Física y Deporte*, 25(2), 11-25. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/educacionfisicaydeporte/article/view/3088/2852>
- » Giraldo-Ramírez, J. (2010). Como sea, pa las que sea. *El Colombiano*, noviembre 10.
- » Glantz, Margo. (2018). “Las políticas del Cuerpo: El Divino y El Demoníaco”. *Historia y Grafía*, n.º 1 (noviembre), 167-72. <https://doi.org/10.48102/hyg.vi1.222>.
- » Gómez, G. J. (2010). Consiga plata honradamente mijo, y si no puede, consiga plata mijo <https://www.alainet.org/es/active/3717506/04/2010>
- » Gómez-Etayo, E. y Núñez, C. (2020). Corolario sobre jóvenes, el último eslabón de una cadena de violencias. Núñez, C. y Gómez. E. (Coords.). *Jóvenes, violencia y paz. Experiencias investigativas en barriadas populares de Cali y Medellín* (pp. 271 - 276). Medellín: Sello editorial Universidad de Medellín. <https://repository.udem.edu.co/handle/11407/6355>

- » Gómez-Etayo, E.; Núñez, C. y Gallo-Consuegra, L. (2020). Género y Sexualidad juvenil. Amor, relacionamientos y concepciones sobre los géneros. En Núñez, C. y Gómez, E. (Coords.). *Jóvenes, violencia y paz. Experiencias investigativas en barriadas populares de Cali y Medellín* (pp. 211-231). Medellín: Sello editorial Universidad de Medellín. <https://repository.udem.edu.co/handle/11407/6196>
- » Gómez-Etayo, Núñez, C., Giraldo-Rojas, J., Gómez-Tabares, A. y Arango-Vásquez, A. (2020). Jóvenes, violencia y paz. Contexto e intencionalidad. En C. Núñez, y E. Gómez. (Coords.). *Jóvenes, violencia y paz. Experiencias investigativas en barriadas populares de Cali y Medellín* (pp. 19-47). Medellín: Sello editorial Universidad de Medellín. <https://repository.udem.edu.co/handle/11407/6190>
- » González, M. E. y Tovar, J. (1995). *Los jóvenes entre el laberinto de la vida y la encrucijada de la violencia*. Cali: Universidad del Valle.
- » Guiddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity*. London: University Press.
- » Le Blanc, G. (2007). *Vidas ordinarias, vidas precarias. Sobre la exclusión social*. Buenos Aires: Ediciones nueva visión.
- » Le Du, J. (1976). *El cuerpo hablado: psicoanálisis de la expresión corpora* (3ª Ed.). Buenos Aires: Paidós.
- » Lipovetsky, G. (2007). *La felicidad paradójica*. Barcelona: Anagrama.
- » _____. (2007). *La felicidad paradójica*. Barcelona: Anagrama.
- » _____. (1990). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama.
- » Lugo, A., V. (2003). *Ser joven es: investigación sobre el significado que tiene ser joven para los jóvenes de la comuna 2 y 5 de la ciudad de Manizales*. Manizales: Universidad de Manizales, Facultad de Psicología, Proyecto Juventud Manizales 2000.
- » Maffesoli, M. (1997). *Elogio de la razón sensible: una visión intuitiva del mundo contemporáneo*. Madrid: Paidós.
- » _____. (2001). *La conquista del presente*. Natal (RN): Arkea.
- » Margulis, M. y Urresti, M. (1998). La construcción social de la juventud. En J. Barbero.; M. Urresti.; C. Peréa.; M. Marguiles. y J. Valenzuela. *Culturas Juveniles*.
- » Margulis, M. y Urresti, M. (2008). *La juventud es más que una palabra: ensayos sobre cultura y juventud*. Buenos Aires: Biblos.
- » Mata-Navarro, I. (2013). *El cuerpo de la mujer vinculada al narcotráfico como narración de sus relaciones sociales*. Tesis de maestría, Maestría en Comunicación de la Ciencia y la Cultura. Tlaquepaque, Jalisco: ITESO. <http://hdl.handle.net/11117/2596>
- » Moore, H. (2000). Fantasías de poder e fantasías de identidad: gênero, raça e violência. *Cuadernos Pagu*, 14, 13-44.
- » Muñiz, Elsa. (2011). *La cirugía cosmética: ¿Un desafío a la “naturaleza”? Belleza y perfección como norma*. México, Universidad Autónoma Metropolitana.
- » Núñez, C. (2002). La interacción simbólica y la salud en jóvenes. En: C. Nuñez, M. Ramírez, L. Jurado, P. Gíl, y J. Restrepo (comp). *Promoción de la salud: experiencias universitarias* (págs. 71 – 79). Manizales: Alcaldía de Manizales, Grupo Interinstitucional de Programas para Adolescentes, Universidad de Manizales, Universidad de Caldas.
- » Núñez, C.; Gallo-Consuegra, L.; Gómez, E., y Carantón, J.; Vargas, N.; y Gómez, A. (2020). Vivir el contexto: exigencias y relaciones contrapuestas en jóvenes. En C. Núñez y E. Gómez. (Coords.). *Jóvenes, violencia y paz. Experiencias investigativas en barriadas populares de Cali y Medellín* (pp.

- 154-188). Medellín: Sello editorial Universidad de Medellín. <https://repository.udem.edu.co/handle/11407/6194>
- » Núñez, C.; Vargas, N.; Carantón, J.; Gallo, L. y Gómez, E. (2020). Corporalidades y resistencias a la violencia. En Núñez, C. y Gómez, E. (Coords.). *Jóvenes, violencia y paz. Experiencias investigativas en barriadas populares de Cali y Medellín* (pp. 189-210). Medellín: Sello editorial Universidad de Medellín. <https://repository.udem.edu.co/handle/11407/6195>
- » Olarte-Artunduaga, F. (2014). Narcoestética: la estética de la acumulación. *Las dos orillas*.
- » Prieto Osorno, A. (2006). *Las aventuras del prefijo narco- (I)*. Rinconete. <https://cvc.cervantes.es/>
- » Perea, C. (2000). La sola vida te enseña: Subjetividad y autonomía dependiente. En: J. Barbero; L. Restrepo y C. Perea. *Umbrales, cambios culturales, desafíos nacionales y juventud*. Medellín: Corporación Región.
- » Pérez, A.; Aristizábal, C.; Ríos, D. y Osorno Y. (2014). Construcción de ciudad: entre los fillos de la memoria y la violencia. Caso Manrique. *Estudios Políticos*, (44), 141-161.
- » Pérez-Guzmán, D.; Mejía, M. (1996). *Calles, Parches, Galladas y escuelas: transformaciones en los procesos de socialización de los jóvenes de hoy*. Santa fe de Bogotá: Cinep.
- » Reguillo, R. (2000). El lugar desde los márgenes. *Músicas e identidades juveniles. Nómadas*, 13, 40-53. http://nomadas.ucentral.edu.co/nomadas/pdf/nomadas_13/13_3R_Ellugardesdelosmargenes.PDF
- » Reguillo-Cruz, R. (2007). *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Bogotá: Editorial Norma.
- » Rincón, O. (2009). Narco-estética y narco-cultura en Narco-lombia. *Nueva sociedad*, 222, 147-163.
- » _____. (2013). "Todos llevamos un narco adentro - un ensayo sobre el narco/cultura/telenovela como modo de entrada a la modernidad". *Matrices*. 7(2), 1-30 <https://www.revistas.usp.br/matrices/article/download/69414/71991>
- » Rojano, C. (2014). "Yenis Lugo es la reina de la cirugía plástica". *Revista Semana*, <http://www.semana.com/vida-moderna/articulo/yenis-lugo-reina-de-la-cirugia-plastica/369432-3>
- » Ruiz-Gil, M. y Villa-Gómez, J. (2000). *A cada uno le llega su hora: tragicomedia social de jóvenes y adultos*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- » Salazar Jaramillo, Alonso (1995). La emergencia de los invisibles, en "Cultura y Narcotráfico", *Separata Revista Número*, agosto, septiembre, octubre, Santafé de Bogotá.
- » Touraine, A., y Khosrokar, F. (2002). *A la búsqueda de sí mismo*. Barcelona: Paidós.
- » Traver, F. (2008). Poros y Penia: amor de transferencia. *Neurociencia-neurocultura*. Recuperado de <https://pacotraver.wordpress.com/2008/04/29/poros-y-penia-amor-de-transferencia/>
- » Tzvetan, T. (1991). *Teorías del símbolo*. Caracas: Mente Ávila Editores.
- » Valderrama-Santamaría, J. (2013). *La verdad sin calzones. Mi vida en los submundos*. Madrid: Aguilar.
- » Van Dijk, T. (2011). *Discourse studies: A multidisciplinary introduction (2° Ed.)*. London: Sage.
- » Verón, E. (1996). *La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.
- » Yagoub, M. (2014). Narco-aesthetics: How Colombia's drug trade constructed female 'beauty'. *Colombian Report*. Recuperado de <https://colombiareports.com/narco-aesthetics-colombias-drug-trade-constructed-female-beauty/>