

Universidad del Norte
Maestría en Comunicación

**Narco-celebridad y representaciones de Pablo Escobar en *Narcos* y
Escobar, el patrón del mal.**

Un análisis textual de construcción narrativa desde el personaje.

Autor: Rodrigo Francisco Martínez-Moreno
rodrigomartinezmoreno@hotmail.com

Tutor: Dr. Enrique Uribe-Jongbloed
uribejongbloed@yahoo.de

Barranquilla, Colombia
Octubre de 2017

Tesis de Maestría presentada por
Rodrigo Francisco Martínez-Moreno

Tutor
Dr. Enrique Uribe-Jongbloed

**Narco-celebridad y representaciones de Pablo Escobar en *Narcos* y
Escobar, el patrón del mal.**

Un análisis textual de construcción narrativa desde el personaje.

Barranquilla, octubre de 2017

Resumen

La presente tesis plantea un análisis comparativo de dos productos audiovisuales de consumo masivo inspirados en la vida de la infame celebridad criminal Pablo Emilio Escobar Gaviria, las series en cuestión son *Escobar, el patrón del mal* de Caracol Televisión emitida por primera vez en las pantallas nacionales durante el año 2012, y *Narcos* estrenada durante el año 2015 en el catálogo de Netflix Originals, ambas series han sido las producciones más exitosas en torno a la figura de Pablo Escobar en los mercados colombiano y estadounidense respectivamente. El objetivo de esta investigación es comparar los elementos de construcción narrativa del personaje de Pablo Escobar en cada una de las series, preliminarmente se realizó un visionado de ambos productos donde fueron seleccionados fragmentos que estuvieran presentes en ambas y relataran momentos paralelos de la vida de Pablo Escobar, esta selección fue analizada mediante la aplicación del *modelo de construcción narrativa desde el protagonista como eje de construcción del relato televisivo* (Rodrigo Mesonero-Izquierdo, 2013). Adicionalmente se realizó un análisis de las relaciones de mercado y producto partiendo del marco de la *transducción cultural* (Uribe-Jongbloed & Espinosa-Medina, 2014) donde se estudiaron los distintos procesos culturales relacionados al comportamiento como productos extranjeros de *Narcos* en Colombia y *Escobar, el patrón del mal* en Estados Unidos. A partir del análisis de las distintas dimensiones que componen la figura de Pablo Escobar como celebridad, se propuso como contribución al campo de los estudios de medios una nueva conceptualización denominada '*narco-celebridad*'.

Abstract

This thesis proposes a comparative analysis of two mass-consumed audiovisual products inspired by the life of the infamous celebrity Pablo Emilio Escobar Gaviria, the series are *Escobar, el patrón del mal* produced by Caracol Television broadcasted for the first time on the national screens during 2012, and *Narcos* released in 2015 through the Netflix Originals worldwide catalog. Both series have been the most successful productions built around the figure of Pablo Escobar in the Colombian and US markets respectively. The objective of this research is to compare narrative construction elements of Pablo Escobar character in both series, fragments depicting parallel moments of Pablo Escobar's life in both series were selected, this selection was analyzed through the application of the *narrative construction model from the protagonist as the axis of construction of the television story* (Rodrigo Mesonero-Izquierdo, 2013). Additionally, an analysis of the market and product relationships was carried out applying the *cultural transduction framework* (Uribe-Jongbloed & Espinosa-Medina, 2014). From analyzing the different dimensions that built the figure of Pablo Escobar as a celebrity, a new conceptualization called '*narco-celebrity*' was proposed as a contribution to the media studies field.

Agradecimientos

A mi amigo, maestro y director de tesis, el Dr. Enrique Uribe-Jongbloed, sin cuya guía esta investigación habría quedado atrapada en el *Upside Down*.

A la Dra. Pamela Flores Prieto por cuidar de todos los maestrandos y brindarnos su apoyo durante estos tres años.

A la Dra. Marta Milena Barrios Correa por todo lo que he aprendido de ella.

A todos mis compañeros de maestría, quienes estuvieron conmigo en las aulas de clase desde enero del 2015 (y siguen estándolo en el grupo de WhatsApp).

A mis amigos: Claudia Hernandez Rojas por brindarme una mano siempre, a Edgar De Luque Jácome por el apoyo moral y a Pedro Espinosa Blanco por prestarme su cuenta de Netflix durante más de dos años (y contando).

A mi madre, Ángela Del Rosario Moreno Henao, y a mi padre, Rodrigo Elías Martínez Bonna, por el apoyo absoluto a lo largo de estos 27 años.

“Entonces creíamos que Coltejer era *el primer nombre en textiles* y que los driles de Fabricato *resistían el uso y aguantaban el abuso* y que los cigarrillos Pielroja *satisfacían plenamente el deseo de fumar.*”

Mario Arango Jaramillo.

Tabla de Contenidos

<i>Introducción</i>	9
<i>1. Planteamiento del problema</i>	12
<i>2. Justificación</i>	24
<i>3. Objetivos</i>	27
<i>4. Marco Teórico</i>	28
<i>4.1. Teoría de los géneros televisivos</i>	29
<i>4.1.1. Jane Feuer: Los tres enfoques del género</i>	30
<i>4.1.2. Jason Mittell: La presunción textualista</i>	32
<i>4.2. El drama criminal</i>	34
<i>4.2.1. El drama criminal gangster</i>	36
<i>4.3. La celebridad criminal y el crimen organizado</i>	40
<i>4.3.1. Ruth Penfold-Mounce: La conceptualización de la celebridad criminal</i>	43
<i>4.4. Los narco-formatos</i>	47
<i>4.4.1. La narco-novela</i>	48
<i>4.4.2. La narco-serie</i>	52
<i>4.5. Opciones de distribución de contenido</i>	53
<i>4.5.1. Servicios de distribución Over-the-Top</i>	55
<i>4.6. El marco de la transducción cultural</i>	55
<i>4.6.1. Los cuatro tipos de flujos audiovisuales</i>	57
<i>4.6.2. Proximidad, compartibilidad y descuento cultural</i>	59
<i>4.6.3. Lagunas y universales culturales</i>	61
<i>5. Estado del arte</i>	64

5.1. La narco-cultura	64
5.1.1. <i>La narco-estética</i>	69
5.1.2. <i>Los narco-corridos</i>	70
5.2. El Mágico	72
5.2.1. <i>El mito de Pablo</i>	74
5.2.2. <i>El legado de Escobar, el patrón del mal</i>	76
5.2.3. <i>El fenómeno Narcos</i>	79
6. Metodología	81
6.1. <i>Tipo de estudio</i>	81
6.2. <i>Procedimiento de selección de muestra</i>	83
6.3. <i>Técnicas y Procedimientos para la Recolección y Presentación de la Información</i>	87
6.4. <i>Fases</i>	91
6.4.1 <i>Fase previa</i>	91
6.4.2. <i>Fase descriptiva</i>	92
6.4.3. <i>Fase interpretativa</i>	92
7. Presentación de resultados	99
7.1. <i>Análisis de la construcción narrativa del personaje de Pablo Escobar en las series Escobar, el patrón del mal y Narcos como protagonista eje del relato televisivo</i>	99
7.1.1. <i>Incongruencias en la construcción narrativa del personaje de Pablo Escobar en las series Escobar, el patrón del mal y Narcos como protagonista eje del relato televisivo</i>	117
7.2. <i>Transducción cultural entre Escobar, el patrón del mal y Narcos</i>	122
8. Discusión	131
9. A manera de conclusión: por una conceptualización de la narco-celebridad	135
10. Bibliografía	141

Introducción

La figura de Pablo Emilio Escobar Gaviria al ser representada en obras audiovisuales de consumo masivo ha suscitado una variedad de discusiones en Colombia; la dimensión mitológica de un criminal despiadado; la construcción de memoria histórica sobre la violencia del narcotráfico; la apología a la violencia; la glamorización de la celebridad criminal y la historicidad de los relatos en relación a los hechos reales son algunos de los temas mayormente debatidos.

La vida del líder del Cartel de Medellín representa un documento histórico sobre el flagelo del narcotráfico en nuestro país, es por eso que vale la pena estudiar cómo las series de televisión que narran su vida, además de brindar entretenimiento, contribuyen a los procesos de construcción de identidad nacional dentro y fuera de Colombia:

La televisión no es simplemente una pieza de tecnología o un aplicativo - como una tostadora - que se ha sentado en nuestros hogares por más de sesenta años. Por el contrario, funciona como tecnología y como una herramienta para difundir relatos culturales. (Lotz, 2014, p.3)¹.

Cuando *Narcos* (Brancato et al, 2015) llegó al mercado colombiano vía Netflix, una gran parte de la audiencia arremetió en su contra por distintas razones, entre otras debido a las diferencias entre la interpretación que hizo el actor Wagner Moura como Pablo Escobar, en

¹ Traducción del autor: todas las citas del inglés y del portugués serán traducidas por el autor.

comparación a la personificación ejecutada por Andrés Parra en el éxito de la televisión nacional *Escobar, el patrón del mal* (Cano & Uribe, 2012).

La presente investigación pretende a través de un análisis comparativo de las representaciones de Pablo Escobar en las series *Narcos* y *Escobar, el patrón del mal*, analizar la figura del líder del cartel de Medellín como ‘*narco-celebridad*’ local/global. Para conseguirlo se realizó una aproximación a partir del *modelo de construcción narrativa desde el protagonista como eje de construcción del relato televisivo* propuesto por Rodrigo Mesonero-Izquierdo (2013), lo cual nos permite analizar los elementos narrativos de ambas producciones desde su personaje principal.

Además se pretende realizar un análisis de las relaciones de mercado y producto de las series mencionadas, para lo cual se emplearan distintos conceptos pertenecientes al marco de la *transducción cultural* (Uribe-Jongbloed & Espinosa-Medina, 2014) con el fin de explicar la relación del público colombiano con *Narcos* y la relación del público estadounidense con *Escobar, el patrón del mal*.

La investigación cuenta con una revisión teórica que inicia con una exploración sobre teoría de los géneros televisivos, con el fin de explicar el origen y la conceptualización del *drama criminal* televisivo del cual se desprende el ‘*drama criminal gangster*’, categoría genérica en la cual se enmarcan las series *Narcos* y *El patrón del mal*. la cual complementaré con una revisión de la conceptualización de *celebridad criminal* propuesta por Ruth Penfold-Mounce, para dar paso a una revisión sobre *narco-formatos* televisivos seguida de una exploración sobre

opciones de distribución de contenido y plataformas *Over-the-Top*, concepto esencial para explicar la dinámica de Netflix, finalizaré la revisión teórica con un desglose de los principales aspectos del marco de la *transducción cultural*.

Los resultados de la presente investigación pretenden aportar a las discusión sobre *narco-narrativas* televisivas en productos audiovisuales de consumo masivo, adicionalmente se pretende conceptualizar la '*narco-celebridad*' como un nuevo paradigma en la categorización de la celebridad criminal.

1. Planteamiento del problema

“La serie de Netflix ha sido, como producción cinematográfica, una serie muy buena. Lo que pasa, es que nosotros los colombianos vivimos ese drama de Pablo Escobar y siempre sufrimos con ese recuerdo” (Alsina, 2016, m.12:53 - 13:15) fue la respuesta que dio el presidente de la República de Colombia, Juan Manuel Santos Calderón al periodista Carlos Alsina, durante una emisión en diciembre de 2016 del programa radial *Más de uno* de la cadena española Onda Cero, luego de ser cuestionado sobre la solicitud que hizo la Ministra de Relaciones Exteriores de Colombia, María Ángela Holguín Cuéllar, al Ayuntamiento de Madrid de retirar una valla publicitaria que fue colocada en la concurrida Puerta del Sol de Madrid y que mostraba una enorme fotografía del actor brasileño Wagner Moura personificando al personaje de Pablo Escobar en *Narcos* acompañado por la leyenda “*Oh, blanca navidad*” en una clara alusión al color blanco de la cocaína que producía y traficaba el Cartel de Medellín.

El narcotráfico ha sido una constante en el conflicto armado interno en Colombia, grupos insurgentes, grupos paramilitares, bandas criminales y carteles han atizado la guerra gracias a los recursos obtenidos por medio del tráfico de narcóticos. Durante el transcurso del siglo XXI, las historias sobre narcotraficantes han sido una constante en las pantallas de las dos principales cadenas de televisión abierta en Colombia, algunas de las producciones emitidas a través del Canal Caracol sobre narcotraficantes han sido: *Sin tetas no hay paraíso* (2006) que adaptó el libro homónimo de Gustavo Bolívar, *El Cartel de los sapos* (2008), *Las muñecas de la mafia* (2009), *Escobar, el patrón del mal* (2012) y la más reciente *Alias J.J.: Lo que pasa tras las rejas* (2017) sobre la vida de John Jairo Velásquez alias ‘Popeye’ jefe de sicarios de Pablo Escobar.

Por otra parte, algunas de las producciones sobre narcotráfico que han hecho presencia en las pantallas del Canal RCN son: *El capo* (2009) y sus secuelas *El capo 2, inmortal* (2012) y *El capo 3* (2014) producidas por FOX Telecolombia, *Rosario Tijeras* (2010) producida por Teleset para RCN, *Alias el Mexicano* (2013) producida por FOX Telecolombia es una telenovela sobre la vida de Gonzalo Rodríguez Gacha, *Tres Caínes* (2013) producida por RTI Televisión es una serie que cuenta la historia de Carlos Castaño, Vicente Castaño y Fidel Castaño líderes de las Autodefensas Unidas de Colombia, *En la boca del lobo* (2014) producida por Sony Pictures Television y Teleset que narra la historia de Jorge Salcedo, ex-jefe de seguridad del Cartel de Cali.

Entre todos los criminales colombianos cuya historia ha sido adaptada en cine y televisión, es indiscutible que Pablo Emilio Escobar Gaviria es quién posee mayor reconocimiento a nivel mundial como el gran capo de la droga; el relato del líder del Cartel de Medellín ha alcanzado dimensiones míticas con el paso de los años, su vida ha sido tema principal de libros, canciones, videojuegos, camisetas, películas, pinturas, series de televisión y telenovelas.

Pasaron casi dos décadas entre la muerte de Pablo Escobar el 2 de diciembre de 1993 y el lanzamiento de la primera producción televisiva nacional sobre su vida, *Escobar, el patrón del mal* salió al aire el 28 de mayo de 2012. Desde el momento de su estreno la serie *Escobar, el patrón del mal* ha sido considerada como uno de los grandes éxitos en la historia de Caracol Televisión, colocándose al nivel de obras cumbre de la televisión nacional como *Caballo viejo* (1988) y *Escalona* (1992):

'Escobar, el patrón del mal' se convirtió en una de las mejores series producidas por Caracol en sus cinco décadas de existencia. La serie no solo fue un éxito nacional sino que se ha convertido en un referente en las ferias y eventos internacionales, que refleja el alto nivel de producción y competitividad de la compañía. (Caracol Televisión, 2013, p.19)

Protagonizada por el actor Andrés Parra en el rol protagónico, *Escobar, el patrón del mal* fue la serie que hizo visible un fandom en torno a Pablo Escobar en Colombia. Creada por Juana Uribe y Camilo Cano, y producida por la misma Uribe, la serie es una versión libre basada en *La parábola de Pablo* (Salazar, 2001), novela escrita por el periodista y ex-alcalde de Medellín, Alonso Salazar Jaramillo en la que revela detalles sobre el proceder del Cartel de Medellín y de la vida personal de Pablo Escobar.

La serie resalta como una de las producciones más exitosas en la historia reciente de la televisión colombiana; fue la segunda producción de Caracol Televisión con mayor rating durante el año 2012 y la tercera de la televisión nacional, siendo superada únicamente por los partidos de la selección Colombia de eliminatoria al Mundial de Brasil 2014. "*Escobar, el patrón del mal* con un promedio de rating personas de 15 puntos y una participación de audiencia de 38,2%, ocupó el tercer lugar de los programas más vistos en el 2012" (Caracol Televisión, 2013, p.20), obteniendo entre todas las películas, series y telenovelas inspiradas en la vida del líder del Cartel de Medellín, el rating más alto en la historia de la televisión colombiana. Durante la XXIX edición de los Premios India Catalina, *Escobar, el patrón del mal* resultó victoriosa en

11 de las 14 categorías a las cuales estuvo nominada, además fue considerada como la producción más exitosa de Caracol Televisión durante el año 2012:

Escobar, el patrón del mal. Fue el éxito del año y no solo logró sostener buenos niveles de audiencia sino que también movió a la opinión pública en torno al producto y fue unánimemente considerado por la crítica como una serie de muy alta calidad. Fue puesto en pantalla en el mercado hispano de los Estados Unidos y allí marcó índices de audiencia [sic] históricos. También inauguró en Caracol una nueva forma de enfocar las series sobre narcotráfico, otorgándole protagonismo en las historias a quienes combatieron el flagelo del narcotráfico y a sus víctimas. (Caracol Televisión, 2013, p.25)

Tres años más tarde y de la mano del proveedor de contenidos audiovisuales vía streaming Netflix, el 28 de agosto de 2015, *Narcos* fue puesta al alcance de todos los usuarios de la plataforma. La serie lleva hasta el momento tres temporadas que están disponibles en los distintos catálogos de Netflix a nivel mundial, y cuyas dos primeras temporadas están dedicadas a narrar el ascenso y la caída de Pablo Emilio Escobar Gaviria, el narcotraficante más famoso del mundo. Producida por Gaumont Television y creada por Chris Brancato, Carlo Bernard y Doug Miro, las primeras dos entregas de *Narcos* están compuestas, cada una por 10 episodios dirigidos por reconocidos directores como José Padilha, Josef Wladyka, Gerardo Naranjo, Fernando Coimbra, Andi Baiz y Guillermo Navarro. El actor escogido para interpretar a Pablo Escobar fue Wagner Moura, quien se ha destacado como uno de los actores brasileños más importantes de los últimos años.

Netflix, Inc. es de acuerdo a Shaw (2017): “el líder mundial en difusión en línea de películas y shows de televisión, con más de 83 millones de suscriptores” (p.70). Lo que comenzó como un servicio de alquiler de películas en DVD a través del servicio postal de Estados Unidos se transformó en una compañía que ha modificado los modos de producir y consumir audiovisual en el mundo: “Netflix, tal vez más que cualquier otra compañía, cambió la noción históricamente aculturada de que los contenidos televisivos deben ser vistos en un televisor” (Lotz, 2014, p.71).

Desde su estreno, *Narcos* se ha consolidado a nivel mundial como el *drama criminal* más popular inspirado en la vida de Pablo Escobar. Al tratarse de una serie con la etiqueta Netflix Original, *Narcos* está al alcance de todos los usuarios de la plataforma sin restricciones:

Narcos llega a esa gran variedad de países debido a que es contenido original de Netflix y no está restringido por las cuestiones de geografía y derechos que mutan los catálogos disponibles en la plataforma. Un usuario en Francia no tiene acceso al mismo listado que un usuario en Australia, pero ambos pueden acceder sin problema a los programas nativos de la plataforma. Al ser parte de un canal “universal” reciben un aumento de popularidad porque son discutidos en el mundo entero, a lo cual le está apostando la compañía para contrarrestar una desaceleración de crecimiento en Estados Unidos. Este año Netflix llegó a 131 nuevos países como India, Nigeria, Rusia y Arabia Saudita, para un total de 190. (Gutiérrez, 2016, p.1.).

Netflix Inc. no comparte cifras oficiales sobre la demanda global de sus productos, y la información que revelan, en ocasiones genera más interrogantes que respuestas, por ejemplo, en

la UBS Global Media and Communications Conference celebrada en New York durante el año 2015, el jefe de contenidos de Netflix, Ted Sarandos, insinuó que *Narcos* era la serie más vista en el mundo, aún por encima del fenómeno global *Game of Thrones* de HBO. Según recoge The Hollywood Reporter, la respuesta de Sarandos al ser cuestionado sobre la supuesta superioridad en demanda global de *Narcos* por encima de *Game of Thrones* fue la siguiente:

El ochenta y cinco por ciento de los diálogos están en español, (...) es producida por una compañía radicada en Francia, filmada en Colombia con reconocidos actores brasileños y goza de una enorme popularidad en Alemania. Esta es una primera prueba de lo que la televisión global puede llegar a ser. (Gardner, 2015, p.1.)

Parrot Analytics, una compañía que se especializa en el análisis de datos relacionados a demanda de contenidos de audiencias globales de televisión, ha desarrollado un sistema mundial de medición de demanda de audiencias multiplataforma por regiones y países específicos lo cual le permite manejar conjuntos de datos sobre comportamiento de audiencias globales. Semanalmente, Parrot Analytics divulga en la sección de *'Insights'* de su portal web un reporte denominado *'Top 10 Most In-Demand Shows in the US'* que recopila el top 10 de las series más vistas en el interior de los Estados Unidos durante una semana, este Top 10 está dividido en dos secciones: *'Overall'* y *'Digital Originals'*. *'Overall'* es un recuento de las diez series más vistas en todas las plataformas del país, y *'Digital Originals'* es un recuento de las diez series más vistas pertenecientes al catálogo de *'Originals'* de las distintas multiplataformas disponibles en el mercado, lo cual incluye Hulu, Amazon Video, iTunes y por supuesto Netflix, entre otras.

La segunda temporada de *Narcos* fue estrenada el 02 de septiembre de 2016, el top 10 de la semana previa al estreno, publicado por Parrot Analytics el 29 de agosto, correspondiente a los días transcurridos entre agosto 21 y agosto 27 demostró que la demanda de la serie aumentó debido a la expectativa relacionada a la segunda entrega de la serie, pues *Narcos* pasó de estar fuera del top 10 de 'Digital Originals' a posicionarse en el puesto número 5 con una demanda de 4'472.572 de audiencia por debajo de *Stranger Things*, *The Get Down*, *Orange is the New Black* y *Fuller House* en ese orden.

Dos viejos favoritos regresaron al top 10 de 'Digital Originals' esta semana: *Narcos* y *Sense8*. Sube la demanda de *Narcos* en anticipación de su segunda temporada, próxima a estrenarse el 2 de septiembre. Una vez estrene esperamos que supere a *Fuller House* y tal vez a *Orange is the New Black* una semana después del lanzamiento. (Parrot Analytics, 2016a).

Narcos se mantuvo en el top 10 de demanda de 'Digital Originals' durante 16 semanas desde el 21 de agosto hasta el 10 de diciembre de 2016. Tras el estreno de la segunda temporada, la serie logró posicionarse en el segundo lugar durante cuatro semanas en el top 10 de demanda de 'Digital Originals' en el interior de Estados Unidos alcanzado un pico de audiencia de 30'810.002, adicionalmente ubicándose tercera en el top 10 de 'Overall' durante la semana del 4 al 10 de septiembre de 2016.

En la primera semana después del lanzamiento de la segunda temporada de *Narcos*, el título duplicó su demanda y se convirtió en el tercer título más popular por encima de

Game of Thrones, sigue siendo la segunda serie digital con mayor demanda siendo superada únicamente por *Stranger Things* (Parrot Analytics, 2016b).

El 17 de agosto de 2017, Parrot Analytics publicó un informe denominado '*Digital Original Series Global Demand Report Q2 2017*'. Este reporte revela los resultados de un estudio realizado por la firma sobre la demanda de las 30 series *Originals* más consumidas en 10 mercados globales distintos durante el segundo trimestre del 2017, los mercados que hicieron parte del estudio fueron: Estados Unidos, Reino Unido, Australia, Francia, Alemania, Canadá, Turquía, México, Brasil y Singapur.

De acuerdo al reporte de Parrot Analytics, en los 10 mercados anteriormente mencionados, *Narcos* aparece en el Top 20 de todos los rankings, donde se destacan notablemente los escenarios de Francia, Turquía y Brasil donde la serie ocupa la cuarta, segunda y sexta posición respectivamente en lo que concierne a demanda de '*Originals*'.

Segunda en el mercado turco se encuentra *Narcos*, el drama criminal de Netflix que lanzó su segunda temporada en septiembre de 2016. *Narcos* supera la demanda de *The Grand Tour* de Amazon, que lanzó episodios dos meses después de *Narcos* pero que en el segundo trimestre del año solo lleva un cuarto de la demanda del drama de Netflix (...) A pesar, de encontrarse en un periodo entre temporadas, la demanda en Brasil es estable para el drama criminal sudamericano de Netflix, *Narcos*. (Parrot Analytics, 2017, p.20).

En medio del éxito comercial de *Escobar, el patrón del mal* y *Narcos*, distintos sectores de la audiencia a nivel mundial han expresado opiniones encontradas hacia ambas series; acusaciones de glamorización de la celebridad criminal, apología al narcotráfico, apología al terrorismo, apología al asesinato y xenofobia han salido a flote. Particularmente, algunos espectadores consideran que estas series mitifican, idealizan y glorifican al personaje de Pablo Emilio Escobar Gaviria. Un ejemplo del rechazo hacia las series que recrean la vida de Pablo Escobar provino del hijo mismo del difunto líder del Cartel de Medellín; en una entrevista que sostuvo con *El Periódico de Catalunya* el 5 de mayo de 2017, Juan Pablo Escobar, expresó su inconformidad hacia las series basadas en la vida de su padre:

Hoy existe un culto a la violencia, al que colaboran las series que se han hecho sobre mi padre. No me opongo a que se cuenten historias, pero sí a que se glorifique a los criminales y se muestre el narcotráfico con glamur. Esto confunde a la juventud. A diario recibo montones de mensajes de jóvenes pidiéndome ayuda para ser como mi papá. Quieren ser ese bandido, me mandan fotos vestidos como él, con su bigote, con su peinado, con sus dichos, haciendo una oda a la violencia. Las narcoseries han convertido a mi padre en un héroe y han instalado en los jóvenes la idea de que ser narco es 'cool'. (Fernández, 2017).

Importantes líderes de opinión y políticos también han expresado su opinión acerca de las series que giran en torno a Pablo Escobar Gaviria, a la solicitud de la Ministra María Ángela Holguín Cuéllar de retirar una valla publicitaria de *Narcos* en Madrid se le suma Sergio Fajardo Valderrama, alcalde de Medellín durante el periodo 2004 - 2007, gobernador de Antioquia

durante el periodo 2012 - 2015 y actual precandidato presidencial para las elecciones del 2018, quien dedicó una columna de opinión en contra de *Narcos* titulada ***Medellín vs. 'Narcos'*** la cual fue publicada en el diario The New York Times:

Narcos es una versión *light* de una realidad profundamente compleja. La serie presenta la historia de Escobar desde la perspectiva de la DEA en la llamada Guerra contra el Narcotráfico, sin el más mínimo conocimiento ni interés por la condición de nuestra sociedad: un *thriller* con héroes americanos que termina por dibujar y reforzar una caricatura de país. La confusión entre hechos reales y ficción da como resultado una versión desfigurada de lo que realmente ocurrió. Las interpretaciones de nuestra tragedia que solo reafirman un cliché facilista terminan convirtiéndose en una “verdad” enlatada para audiencias desprevenidas. El caso de *Narcos* nos duele, porque volver a representar a Medellín a través de Escobar y su violencia demencial es reabrir una herida que todavía no sana completamente. (Fajardo, 2016).

Distinta es la opinión expresada por la decana de Ciencias Sociales de la Universidad Jorge Tadeo Lozano en el episodio ‘¿Por qué crece con el tiempo la Pablo-Escobar-Manía?’ del programa *Semana en Vivo*, la Dra. Sandra Borda Guzmán encuentra pertinente que la discusión sobre el flagelo del narcotráfico en Colombia sea abordada en las pantallas locales y globales:

Frente a este tipo de personajes usted tiene dos formas de abordarlos desde los medios de comunicación, ya sea a través del cine, la televisión o cualquier forma de entretenimiento, tiene una forma que es por la que mucha gente aboga que es básicamente: “*no hablemos de esta gente*”, es como un ejercicio de borrado de memoria, no nos gusta esta parte de

nuestra historia, entonces saquemosla del disco duro (...) esa es la racionalidad detrás de todas las quejas de la cancillería: “*diganles que no hablen de ese tema, diganles que no digan nada*”, que es una cosa absolutamente increíble, porque es pretender que uno puede borrarle la memoria a todo el escenario internacional de una sola vez, una memoria que nos demoramos en construir como dos décadas, porque eso fue lo que nos demoramos en hacernos la fama de narcotraficantes en el sistema internacional (...) la otra alternativa es construir este tipo de narrativas en las que yo estoy totalmente de acuerdo, uno nunca llega a la conclusión de que esta gente es héroe, puede llegar a la conclusión de que son seres humanos, y eso le molesta a la gente muchísimo, pero nunca llega a la conclusión de que son figuras que uno quiere que sus hijos sigan” (Cablenoticias T.V. & Revista Semana, 2017, m.13:40 - 14:57)

Al margen de las opiniones encontradas en torno a estos productos audiovisuales, está demostrado que entre todas las producciones que se han creado en torno a la figura de Pablo Escobar desde su muerte, *Escobar, el patrón del mal* y *Narcos* han sido las más populares en Colombia y en el mundo respectivamente. A través de esta investigación, me propongo determinar los elementos de construcción narrativa que diferencian al personaje de Pablo Escobar en las dos producciones más exitosas que existen sobre la vida del narcotraficante colombiano. Desde un principio, *Narcos* estuvo pensado como un producto dirigido a un mercado global, con un actor brasileño en el papel principal mientras que *Escobar, el patrón del mal* es una serie que fue diseñada para ser consumida en un mercado local con un actor colombiano como protagonista.

Mi pregunta problema es: **¿Cuáles son los elementos que contribuyen a la construcción de la figura de Pablo Escobar como ‘narco-celebridad’ en las series *Narcos* y *El patrón del mal*?** Para resolver este interrogante me propongo realizar un análisis textual de los distintos elementos de ambas series que contribuyen a la construcción del personaje de Pablo Escobar como protagonista. Al tratarse de personajes inspirados en criminales de la vida real e historias centradas en una de las épocas más violentas de Colombia considero pertinente partir del siguiente axioma: “No existe tal cosa como una única interpretación ‘correcta’ de un texto. Existe un número amplio de interpretaciones posibles, algunas de estas resultan más pertinentes que otras en circunstancias específicas” (McKee, 2001, p.141)

2. *Justificación*

En el escenario concreto de la violencia desatada por el Cartel de Medellín a lo largo y ancho del territorio nacional, el año 1989 será recordado como aquel durante el cual los narcos sumergieron a Colombia en un estado de terror absoluto, a este respecto, Osorio (2014) enumera algunos de los sucesos más violentos ocurridos durante dicho año y atribuidos a las órdenes de Pablo Escobar: el 4 de julio detonaron en Medellín un carro bomba que acabó con la vida de Antonio Roldán Betancur, entonces gobernador de Antioquia; el 18 de agosto en Soacha, Cundinamarca fue asesinado el precandidato presidencial Luis Carlos Galán Sarmiento; el 2 de septiembre, un camión bomba devastó la sede del periódico El Espectador en Bogotá; el 15 de noviembre en la capital de Antioquia, fue asesinado el árbitro de fútbol Álvaro Ortega Madero, el torneo fue cancelado y ese año el fútbol colombiano no tuvo campeón; el 27 de noviembre, en un intento de asesinato al entonces candidato presidencial César Augusto Gaviria Trujillo, el Cartel de Medellín explotó en el aire un avión Boeing 727 de la aerolínea Avianca con 107 pasajeros a bordo, de los cuales ninguno sobrevivió al macabro atentado.

En agosto de ese mismo año, el escritor estadounidense Tom Clancy publicó la cuarta novela de la aclamada serie *Jack Ryan: Clear and Present Danger* (1989), el argumento principal de la obra gira en torno a una operación encubierta de la Agencia de Inteligencia de los Estados Unidos (CIA) para desmantelar el Cartel de Medellín, cuyo líder en la novela se llama *Ernesto Escobedo*. En el contexto de 1989, año marcado por la macabra campaña de asesinatos y atentados emprendida por el verdadero Cartel de Medellín, no resulta extraño que el padre del

techno-thriller² moderno haya tomado la precaución de no utilizar el nombre de Pablo Escobar en su obra.

Cinco años más tarde, llegaría a las salas de cine la adaptación de la novela de Tom Clancy, la película *Clear and Present Danger* (1994) protagonizada por Harrison Ford en el papel de *Jack Ryan* quién encontró a su enemigo en el personaje de *Ernesto Escobedo* interpretado por el actor estadounidense Miguel Sandoval. Desde ese momento han sido varios los actores que le han dado vida a Pablo Emilio Escobar Gaviria en distintas producciones audiovisuales; Cliff Curtis en *Blow* (2001); el personaje de ficción *Vincent Chase* personificado por Adrian Grenier quien interpreta el papel de Pablo Escobar en la película *Medellín* durante la tercera, cuarta y quinta temporada de la serie *Entourage* (2006 - 2008); el caleño Andrés Parra en *Escobar, el patrón del mal*; el brasileño Wagner Moura en *Narcos*; Benicio del Toro en la producción franco-canadiense-catalana *Escobar: Paradise Lost* (2014); Arturo Álvarez en la serie *Bloque de Búsqueda* (2016); la cinta *Loving Pablo* (2017) que narra el romance entre Pablo Escobar y Virginia Vallejo, con Javier Bardem y Penélope Cruz en los roles protagónicos. Dos actores colombianos han interpretado el personaje de Pablo Escobar en más de una ocasión para producciones distintas: el bogotano Juan Pablo Franco Marquez en *Tres Caínes* (2013) y en *Alias J.J.* (2017), y el antioqueño Mauricio Mejía Zapata quien dio vida a un joven Pablo Escobar durante los primeros episodios de *Escobar, el patrón del Mal* y luego personificó al líder del Cartel de Medellín en su edad adulta en la serie *El Chapo* (2017) y en la película *American Made* (2017).

² El techno-thriller moderno es un género literario producto de la hibridación de la novela de guerra y la novela de ciencia ficción dura, cuyo origen es atribuido principalmente a los autores Tom Clancy y Michael Crichton.

El criterio para escoger a *Escobar, el patrón del mal* y a *Narcos*, entre todas las obras audiovisuales que han adaptado la vida del desaparecido líder del Cartel de Medellín, corresponde, en primer lugar, a que ambas series han sido las más exitosas en Colombia y a nivel mundial respectivamente.

En segundo lugar, ambas producciones fueron rodadas en Colombia, comparten un formato de serie episódica (Gordillo, 2009) y pertenecen al género televisivo de *drama criminal gangster*. Considero pertinente para esta investigación analizar los elementos narrativos característicos del *drama criminal* utilizados en *Escobar, el patrón del mal* y *Narcos* y cómo estos aportan a la identificación de Pablo Emilio Escobar Gaviria como máximo exponente de la ‘*narco-celebridad*’.

En tercer lugar, las nuevas plataformas de distribución de contenido han cambiado las formas y los hábitos en los que se concibe, se produce, se vive, se distribuye, se consume y se critica la televisión, Netflix es la plataforma líder de servicios *Over-the-Top* a nivel mundial y actualmente en su catálogo para Colombia encontramos disponibles *Escobar, el patrón del mal* y *Narcos*. Al tratarse del servicio de distribución con la más alta demanda en todo el mundo considero importante describir su rol en la difusión de las narrativas basadas en la vida de Pablo Emilio Escobar Gaviria y el impacto que estas tienen en el establecimiento de la ‘*narco-celebridad*’ en torno a la figura del líder del Cartel de Medellín. Además *Escobar, el patrón del mal*, también se encuentra disponible en la plataforma *Caracol Play*.

3. Objetivos

Analizar la figura de Pablo Escobar como ‘*narco-celebridad*’ local/global en las series *Narcos* y *El patrón del mal*.

3.1. Objetivos específicos

3.1.1. Comparar las representaciones del personaje de Pablo Escobar como protagonista criminal en las series *Narcos* y *Escobar, el patrón del mal* a partir de la aplicación de un modelo de análisis textual de construcción narrativa desde el personaje.

3.1.3. Comprender las relaciones de mercado y producto entre las series *Escobar, el patrón del mal* y *Narcos* mediante la aplicación del marco de la transducción cultural

3.1.2. Conceptualizar la categoría ‘*narco-celebridad*’ como categorización de la creciente popularidad mediática del personaje de Pablo Escobar.

4. Marco Teórico

En conformidad con el objetivo general de esta investigación: *‘explorar las características de construcción del personaje de Pablo Escobar como narco-celebridad local/global en las series Narcos y El patrón del mal’* y con el primer objetivo específico de esta investigación: *‘comparar las representaciones del personaje de Pablo Escobar como protagonista criminal en las series Narcos y Escobar, el patrón del mal a partir de la aplicación de un modelo de análisis textual de construcción narrativa desde el personaje’*, doy inicio al marco teórico explorando la teoría de los géneros televisivos para luego profundizar en *‘los tres enfoques del género’* de Jane Feuer y *‘la presunción textualista’* de Jason Mittell; abordar el marco conceptual de la teoría de los géneros televisivos es relevante a esta investigación con el fin de explicar el origen y la conceptualización del *‘drama criminal’* televisivo del cual se desprende el *‘drama criminal gangster’* y el *‘narco-drama’*, categorías genérica en la cuales se enmarcan las series *Narcos* y *El patrón del mal*.

El segundo objetivo de esta investigación es *‘construir la categoría ‘narco-celebridad’ como explicación a la creciente popularidad mediática del personaje de Pablo Escobar’*, para lo cual expondré una revisión histórica sobre la construcción de la *celebridad criminal* en Hollywood, la cual complementaré con una revisión de la conceptualización de *celebridad criminal* propuesta por Ruth Penfold-Mounce, luego expondré una revisión sobre *narco-formatos* televisivos para dar paso al tema de las opciones de distribución de contenido donde destacan las plataformas *Over-the-Top*, concepto esencial para explicar la dinámica de Netflix,

específicamente el fenómeno *Narcos*, finalizaré la revisión teórica con un desglose de los principales aspectos del marco de la *transducción cultural*, concepto vital para realizar un análisis sobre la relación entre *Escobar, el patrón del mal* y *Narcos* como productos en un mercado global y así cumplir con el tercer objetivo de esta investigación: ‘*comprender el proceso de transducción cultural entre Escobar, el patrón del mal y Narcos*’.

4.1. Teoría de los géneros televisivos

La teoría de los géneros televisivos no se originó súbitamente, los antecedentes de esta se remontan hasta la teoría los géneros cinematográficos, una práctica de estudio surgida en el siglo XX como consecuencia de la invención de la imagen en movimiento, y que a su vez, en palabras de Rick Altman (1999): “en muchas maneras, el estudio de los géneros cinematográficos no es más que una extensión del estudio de géneros literarios” (p.13) Los géneros cinematográficos sirven para agrupar piezas audiovisuales con características comunes, de acuerdo al mismo Altman: “Estos residen en un tema y una estructura específicos, o en un corpus compartido de películas. De manera que para ser agrupados dentro de un género en común, las películas deben poseer un tema y una estructura comunes” (p.23).

Al igual que el cine y la literatura, la televisión es un vehículo para contar historias, al cual Gordillo (2009) se refiere como “el mayor productor de relatos” (p.11), al tratarse de un medio de consumo masivo con audiencias globales y diferentes enfoques narrativos desde el momento en el que se plasma la idea en un guión hasta el punto en que se va a distribuir el

producto, es necesario clasificar las obras audiovisuales que se crean y se distribuyen, la forma de hacerlo es agrupando los contenidos televisivos en géneros.

Los géneros televisivos mutan y en ocasiones un género nuevo puede surgir de la mezcla de varios géneros ya familiares para la audiencia, por eso definir a qué categoría pertenece un determinado producto no siempre es una tarea obvia, a esto hace referencia Creeber (2015): “No todas las categorías son fáciles de identificar, el género no siempre se mantiene igual y algunos textos artísticos son una mezcla (o híbrido) de un número diferente de géneros” (p.1).

El análisis de los géneros televisivos ha derivado en distintos enfoques teóricos sobre los mismos, encontramos distintas aproximaciones que abarcan desde el mismo concepto de género hasta temas como la formación de públicos y audiencias en torno a géneros específicos. A continuación expongo una recopilación de algunos de los aportes a la discusión sobre teoría contemporánea de géneros televisivos que he considerado pertinentes en congruencia a los objetivos de esta investigación:

4.1.1. Jane Feuer: Los tres enfoques del género

En *Genre Study and Television* (1992), Feuer plantea el análisis de géneros televisivos como un campo de estudio innegablemente derivado del análisis de géneros cinematográficos, particularmente de la crítica de cine, oficio a su vez ya condicionado en gran medida por la teoría romántica de la crítica literaria y la crítica de arte en general, a este respecto Feuer (1992) argumenta lo siguiente:

Al interior de la crítica cinematográfica, el concepto de género fue inicialmente empleado para condenar narrativas producidas en masa tales como las películas de los estudios de Hollywood debido a su falta de originalidad. Inmediatamente se dio por sentado que las películas pertenecientes a un género en particular no podrían tener ningún mérito artístico, debido a que no se trataba de obras originales y porque no eran trabajos de autor. Estos estándares de evaluación están basados en una teoría romántica del arte que le otorga el máximo valor a los conceptos de originalidad, creatividad personal, y a la idea del artista individual como genio. Irónicamente, fue a través del intento de establecer un modelo romántico centrado en el autor que el concepto de género empezó a ser considerado en un sentido más positivo al interior de la crítica cinematográfica. (p.107).

Feuer (1992) se remite al origen del concepto contemporáneo de género proveniente de la palabra *genre* que en francés significa tipo, además ejemplifica con un paralelo entre la reconocida práctica de clasificación taxonómica de especies orgánicas en biología para demostrar que los géneros cinematográficos y televisivos son construidos por quienes producen, consumen y estudian el audiovisual, lo anterior con el fin de demostrar que los géneros no son conceptos incuestionables o inmutables, sobre esto la autora explica:

Los géneros ofrecen la posibilidad a las industrias de cine y televisión de controlar la tensión entre similitud y diferencia inherentes a la producción de cualquier producto cultural (...) los géneros están cimentados en las realidades de la industria, sin embargo, en teoría, cualquiera crítico es libre construir cualquier género que él o ella desee.

(p.107).

En el mismo capítulo, Feuer (1992) propone tres categorías para enmarcar los distintos enfoques existentes sobre teoría del género: el enfoque estético, el enfoque ritualista y el enfoque ideológico. En el enfoque estético agrupa: “aquellos intentos por definir el género en términos de un sistema de convenciones que favorecen la expresión artística, especialmente la autoría individual (...) también incluye aquellos intentos por definir si un trabajo individual completa o trasciende su género” (p.109), el enfoque ritualista: “aborda el género como un intercambio entre industria y audiencia, a través del cual una cultura dialoga consigo misma” (p. 109), y el enfoque ideológico: “aborda el género como instrumento de control. En el nivel industrial, los géneros garantizan a los patrocinadores una audiencia para sus mensajes. En el nivel textual, los géneros son ideológicos en cuanto a que reproducen la ideología dominante capitalista” (p. 109).

4.1.2. Jason Mittell: La presunción textualista

En *A cultural approach to television genre theory* (2001), Mittell inicia su discusión sobre géneros televisivos dejando claro cuán importante considera la categorización genérica de programas de televisión en el uso práctico de la academia y la crítica televisiva: “académicos usan distinciones de género para delinear proyectos de investigación y cursos sobre un género específico, mientras que los periodistas de crítica televisiva confían en los géneros para ubicar programas dentro de un marco común” (p.3).

El autor hace énfasis en su apreciación más aguda acerca de la teoría de géneros televisivos, sostiene que es escasa la investigación teórica que se ha realizado en torno a la teoría de géneros específicos en televisión y se asumen los conocimientos previos de teoría del género

desde otras formas de expresión artística como los aplicados a la literatura y el cine, en referencia a esto Mittel (2001) comenta:

Algunos académicos conciben el vasto conocimiento que existe sobre teoría del género producido en torno a estudios cinematográficos y estudios literarios como suficiente para explicar el género en cualquier otro medio. Gran parte de la teoría del género en cine y literatura, sin embargo, no puede explicar algunas de las prácticas específicas de la industria y la audiencia únicas de la televisión, o la mezcla de programación de ficción y no-ficción que constituye la parrilla de casi todo canal de televisión. Importar teorías de géneros en el campo de los estudios de televisión sin una previa revisión sería implicar muchas dificultades cuando se trata de estudiar prácticas específicas del medio. (p.3)

El análisis de géneros televisivos desde la teoría existente en estudios cinematográficos y estudios literarios ha traído como consecuencia una noción sesgada sobre el género televisivo a la cual se refiere como ‘presunción textualista’ debido a que: “a pesar de una variedad de métodos y paradigmas, la mayoría de análisis de género principalmente consideran el género como un atributo textual” (Mittel, 2001, p. 5).

Jason Mittell (2001) considera que la *presunción textualista* es una noción errada en lo que concierne al estudio de géneros televisivos debido a que existe una variedad de prácticas culturales que involucran a las industrias creativas y a las audiencias y son las que determinan el género de los contenidos televisivos, a este respecto explica:

Los géneros emergen de una relación intertextual entre múltiples textos, resultando en una categoría común (...) Los textos no pueden interactuar por sí mismos; esta interacción se presenta a través de prácticas culturales como producción y recepción (...) de manera que si los géneros dependen de la intertextualidad, no pueden ser un componente inherentemente textual (p.6).

4.2. El drama criminal

The Great Train Robbery (1903) dirigida por Edwin S. Porter es una película muda de 12 minutos de duración considerada la primera película de acción y el primer western del cine estadounidense, cuenta la historia de una pareja de ladrones quienes luego de interceptar y asaltar un tren son dados de baja mientras intentan escapar con el botín; relatos centrados en criminales han sido tema frecuente en el cine desde el nacimiento de la imagen en movimiento y se han mantenido como una constante a lo largo de la historia de Hollywood: *The Public Enemy* (1931), *Butch Cassidy and The Sundance Kid* (1959), *The Godfather* (1972), *Dog Day Afternoon* (1975), *Carlito's Way* (1993), *Casino* (1995), *Fargo* (1996), *Lock, Stock and Two Smoking Barrels* (1998), *The Boondock Saints* (1999), *Snatch* (2000), *Gangs of New York* (2002), *Monster* (2003), *Sin City* (2005), son solo algunos ejemplos de lo que en cine se le denomina como *ficción criminal*.

El *drama criminal*, también conocido como *género criminal*, es uno de los géneros televisivos por excelencia, ha estado presente desde el nacimiento de la televisión y ha proliferado en variedad de mercados televisivos globales, se trata una categoría que en un

principio fue empleada en estudios de medios y crítica cinematográfica para agrupar un conjunto de obras audiovisuales que cumplieran con la fórmula clásica de la ficción criminal cinematográfica, dicha fórmula fue replicada en el drama criminal televisivo y a continuación es explicada por Turnbull (2010) con precisión:

Lo que todo drama criminal televisivo ofrece es un crimen, ya sea que sepamos quién lo cometió y necesitemos conocer el por qué, o ya sea que no sabemos quién cometió el crimen y necesitamos conocer la identidad del criminal. En el proceso de esta búsqueda epistemológica por el conocimiento, la naturaleza humana es explorada a través del personaje de quien investiga y de los personajes en cuestión investigados, la trama funciona pues provee un mecanismo para el descubrimiento de personas y lugares (p.825).

El drama criminal televisivo tiene como raíz la ficción criminal, un género literario con más de 150 años de antigüedad (Scaggs, 2005, p.1), la ficción criminal es una categoría extensa que abarca las obras de distintos autores desde Edgar Allan Poe hasta Tom Clancy, solo por colocar dos ejemplos notables. El drama criminal televisivo hace parte de la ficción televisiva, la categoría que agrupa el vasto conjunto de relatos de ficción que invaden las pantallas del mundo: “los programas televisivos de ficción brindan un conjunto de fórmulas heterogéneo y variable, sujeto a modas, tendencias y cambios (...) Por ello es necesario considerar a la producción ficcional de televisión como un hipergénero que ofrece diversos subgéneros” (Gordillo, 2009, p.100). Del drama criminal televisivo se desprenden infinitos subgéneros que se originan a partir de procesos de hibridación y transculturación, unos cuantos ejemplos son: el ‘drama de misterio’,

el ‘drama de detectives’, el ‘drama anti-conspirativo’, el ‘drama procesal’, el ‘drama sobrenatural’, el ‘drama noir’, el ‘drama gótico’, el ‘drama de acción’, el ‘drama forense’. Los dramas criminales históricamente han sido pioneros de la innovación televisiva (Turnbull, 2010, p.824), además se trata de una categoría que cobra sentido mientras pone a prueba lo que las audiencias entienden tradicionalmente por concepto de género (Tasker, 2016, p.306).

4.2.1. El drama criminal gangster

Uno de los subgéneros insignes del ‘*drama criminal*’ es el ‘*drama criminal gangster*’ o ‘*drama mafioso*’, el cual comprende historias basadas directa o indirectamente en criminales reales. A diferencia de otros subgéneros del ‘*drama criminal*’ con raíces profundas en la literatura como el ‘*drama de detectives*’ o el ‘*drama gótico*’, las narrativas sobre gangsters se hicieron populares a comienzos del siglo XX coincidiendo con el surgimiento del cine hollywoodense y posteriormente de la televisión, de acuerdo a Neale (2000): “las películas de gangsters son el equivalente moderno a la tragedia, el gangster encarna el dilema de una cultura dedicada no solo a la felicidad, sino también al éxito” (p.70).

Mientras los relatos detectivescos de autores como Sir Arthur Conan Doyle y Agatha Christie utilizan la identidad del criminal y las motivaciones del mismo para enarbolar un misterio que funciona como vehículo de la narrativa, en los relatos sobre gangsters las motivaciones del criminal están claras en todo momento, el drama gangster “surge del atractivo del crimen como una elección de vida comprensible en una sociedad capitalista agresiva” (Scaggs, 2005 p.29). Desde los tiempos de Al Capone, los mafiosos se convirtieron en

estándares de la sociedad de consumo, personas que tienen el dinero como máxima meta en su vida.

La fórmula clásica del drama gangster gira en torno al relato de un criminal corriente que va escalando en la jerarquía de las organizaciones criminales hasta convertirse en un *don*, *capo*, *patrón* o *padrino* dependiendo del contexto. Según Scaggs (2005) el relato del drama gangster funciona de la siguiente manera: “un individuo proveniente de un entorno en desventaja se vuelve millonario y poderoso mediante una vida dedicada al crimen, solo para convertirse en una víctima del mismo mundo criminal que creó su éxito.” (p.29).

Durante la década de los años treinta, mientras la violencia de las mafias azotaba de costa a costa a Estados Unidos y criminales como Al Capone y John Dillinger alardeaban el título de ‘*enemigos públicos*’, el gobierno de los Estados Unidos, en una cruzada moralista y religiosa, intervino la producción cinematográfica mediante el ‘*Código Hays*’, a esta etapa del cine hollywoodense se refiere Doherty (1999):

La Production Code Administration, popularmente conocida como la ‘*Oficina Hays*’, empezó a regular, sistemática y escrupulosamente, el contenido de todas las películas hollywoodenses. Por los siguientes 30 años, el espacio cinematográfico fue un territorio vigilado con perímetros y fronteras bien definidas. Adoptado bajo presión de sacerdotes y políticos, la política interna de auto-censura determinó lo que podía ser visto, escuchado, e incluso insinuado, en una pantalla. (p.2)

En congruencia con la violencia rampante que se vivía en las principales ciudades de Estados Unidos, el '*drama criminal gangster*' tenía sus orígenes en el cine durante la época '*Pre-Código*' de Hollywood como se le conoce al periodo comprendido entre 1930, año en que el '*Código Hays*' fue adoptado con comedimiento, y 1934 cuando el código en cuestión fue impuesto a la fuerza:

Durante cuatro años, los lineamientos del '*Código Hays*' fueron violados impune y creativamente en una serie de películas salvajes y excéntricas. Estas cintas eran más desenfundadas, lascivas, subversivas, y sencillamente bizarras que las películas que se verían durante los años siguientes, visualmente era evidente que se trataba de películas de Hollywood, pero en el terreno moral eran de tal transgresión que parecían importadas de un universo paralelo. (p.2)

Little Caesar (1930), *The Public Enemy* (1931) y *Scarface* (1932) fueron tres de las películas más representativas de este subgénero durante los primeros años del cine sonORIZADO y la época '*Pre-Código*', a este respecto Doherty explica:

Los carismáticos gangsters de los años veinte y los años treinta fueron la inspiración americana de un nuevo género de imagen en movimiento, el film gangster. Con Al Capone como el modelo supremo y docenas de tipos rudos con algo menos de magnetismo que Capone ocupando las pantallas, el gangster fue sacado de las calles, los periódicos, y los tribunales y transformado en una estrella de cine (p.139).

Durante los tiempos de Capone, el principal negocio de las mafias como el Chicago Outfit era el contrabando de alcohol, mientras que las pequeñas bandas criminales como el Barrow Gang se dedicaban a robos y asesinatos, al otro lado del océano atlántico, en Italia, la Cosa Nostra y la Camorra continuaban con sus prácticas de piratería y extorsión. Con el paso de los años, las mafias y las bandas criminales a nivel mundial redireccionaron su modelo económico hacia el narcotráfico.

El cine y la televisión no han sido ajenos al auge del narcotráfico como piedra angular de las economías mafiosas; la figura del gangster nunca ha dejado de ser objeto de representación en Hollywood y demás industrias culturales del mundo, películas como *The French Connection* (1971) y *Scarface* (1983), *Miss Bala* (2011) y *Sicario* (2015) son ejemplos de cómo las drogas han sido un tema importante en la ficción criminal. En el caso de la televisión, series como *Breaking Bad* (2008), *Narcos* y *Ozark* (2017) pertenecen a la categoría del drama criminal gangster mientras sirven como repositorio de narrativas propias de la 'narco-cultura'.

El *drama criminal gangster* es cada vez más popular, llegando a convertirse en objeto de hibridación con otros géneros, no es coincidencia que las nuevas producciones sobre superhéroes fruto de la alianza Marvel/Netflix deambulen entre géneros como el *drama criminal gangster* y la *fantasía* con villanos mafiosos como Wilson Fisk (Vincent D'Onofrio) y Madame Gao (Wai Ching Ho) en las series *Daredevil* (2015), *Luke Cage* (2016), *Iron Fist* (2017) y *The Defenders* (2017).

4.3. La celebridad criminal y el crimen organizado

Durante los primeros años del siglo XX, el crimen organizado ocupaba las páginas principales de todos los diarios en Estados Unidos, sus miembros eran gangsters y *outlaws* cuyos crímenes los llevó a obtener el título de *enemigos públicos* de la nación, curiosamente, estos individuos que tanto daño le causaron a la sociedad estadounidense eran temidos por unos y venerados por otros. Con excepción de aquellos policías que no cedieron a los sobornos de las mafias, Al Capone y John Dillinger eran tratados como actores de películas o cantantes famosos adonde quiera que llegaban, la sociedad norteamericana fue testigo de la forma en que estos criminales gradualmente se fueron convirtiendo en celebridades, Boorstin (1961) explica cómo durante el siglo XX se logró evidenciar la manera en que los valores por los cuales una persona era reconocida habían cambiado con respecto a los siglos anteriores:

Nuestra era ha producido un nuevo tipo de eminencia. Esta es una característica de nuestra cultura y de nuestro siglo así como fue la divinidad de los dioses griegos en el siglo IV antes de Cristo o los modales de los caballeros y cortesanos en la edad media. El heroísmo, la santidad y el sacrificio aún no han sido relegados por completo de nuestra conciencia. Pero con cada década que transcurre los opaca más y más. Todas las antiguas formas de grandeza ahora sobreviven bajo la sombra de esta nueva forma. Este nuevo tipo de eminencia es la ‘celebridad’ (p. 57).

La industria de Hollywood supo sacarle provecho a este nuevo paradigma de celebridad que representaban los criminales famosos, eventualmente miembros del ‘Terror Gang’, el

‘Chicago Outfit’ y el ‘Barrow Gang’ llegaron a la gran pantalla; las siguientes son algunas de las películas más reconocidas inspiradas en aquellos enemigos de las leyes en Estados Unidos, sobre Al Capone: *Scarface* (1932), sobre John Dillinger: *Dillinger* (1945), sobre Bonnie Parker y Clyde Barrow: *Bonnie and Clyde* (1967), sobre Dutch Schultz: *Portrait of a Mobster* (1960), sobre Benjamin ‘Bugsy’ Siegel: *Once Upon a Time in America* (1984), sobre ‘Baby Face Nelson’: *Baby Face Nelson* (1957), sobre ‘Machine Gun Kelly’: *Machine-Gun Kelly* (1958), sobre Frank Lucas: *American Gangster* (2007), sobre Jack ‘Legs’ Diamond: *The Rise and Fall of Legs Diamond* (1960), sobre James ‘Whitey’ Bulger: *Black Mass* (2015), sobre Henry Hill: *Goodfellas* (1990), sobre Mickey Cohen: *Gangster Squad* (2013).

La popularidad de los gangsters en Estados Unidos encontró su máximo icono en la figura de Al Capone alias ‘*Scarface*’, cuya carrera criminal se destacó por “un estilo ostentoso y una relación con los medios de comunicación que lo publicitaban” (Penfold-Mounce, 2009, p.30), aquel estilo de vida lo convirtió en referente de la cultura popular, concepto al cual me remito partiendo de una de las definiciones planteadas por Storey (2015):

Es la cultura sobrante luego de que hemos decidido qué es la alta cultura. La cultura popular, en esta definición, es una categoría residual, en la cual encajan textos y prácticas que no cumplen con los estándares requeridos para calificar como alta cultura. En otras palabras, es una definición de cultura popular como una cultura inferior (...) Esta definición de cultura popular está usualmente asociada a la premisa de que la cultura popular es una cultura comercial producida en masa (p.6).

La popularidad del *Capo di tutti capi* del Chicago Outfit llegó a ser tan arrasante que miembros de la industria cinematográfica hollywoodense lo contactaron en más de una ocasión para que actuara en dramas criminales, a este polémico episodio de la historia del cine de los Estados Unidos se refiere Doherty (1999) :

El fiscal de Los Angeles, Buron Fitts denunció que un productor de Hollywood le ofreció a Capone un millón de dólares por aparecer en un film de gangsters (...) A pesar de la prohibición de la oficina Hays contra el casting del mafioso, Capone fue contactado en otras dos ocasiones para protagonizar películas, una oferta por doscientos mil dólares y otra por trescientos cincuenta mil dólares, ambas provenientes de grandes estudios. Capone llegó a considerar las ofertas prometiendo donar la totalidad del dinero que obtendría a caridad. (p. 140).

La fascinación por la figura de los criminales no se limitó a la gran pantalla, personajes reales del crimen organizado y las mafias también han sido convertidos en iconos de la televisión: *The Untouchables* (1959) y su remake durante la década de los noventa adaptaron el libro autobiográfico escrito por Eliot Ness sobre su lucha contra el gángster Al Capone, *The Wire* (2002) relata la historia de criminales del Baltimore contemporáneo, *Boardwalk Empire* (2010) sobre Enoch Johnson y Al Capone, *Bonnie and Clyde* (2013) la miniserie de History Channel sobre el ‘Barrow Gang’, *Mob City* (2013) sobre el enfrentamiento de la policía de Los Ángeles contra Benjamin ‘Bugsy’ Siegel, y *Gomorra* (2014) que adapta la novela de Roberto Saviano sobre los miembros de la mafia de Camorra, entre otras.

4.3.1. Ruth Penfold-Mounce: La conceptualización de la celebridad criminal

En *Celebrity Culture and Crime: The Joy of Transgression* (2009), Ruth Penfold-Mounce expone una exploración sobre los orígenes de la celebridad criminal y propone un marco de conceptualización para el estudio de este tipo de celebridad.

La autora parte de la definición propuesta por Boorstin (1972) quien considera la celebridad como aquel atributo que poseen algunos individuos de ser “*well-known for their well-knownness*” (p. 57), una frase que al español he traducido como ‘*ser reconocido por el simple hecho de ser reconocido*’. Penfold-Mounce propone cinco categorías para agrupar las diferentes formas de celebridad: el ‘*héroe*’, el ‘*celeb*’, la ‘*estrella*’, la ‘*personalidad*’ y el ‘*notorious*’.

La categoría de ‘*héroe*’ comprende a aquellos “hombres y mujeres cuyos nombres han sido documentados en los libros de historia por sus logros y contribuciones a la sociedad” (Penfold-Mounce, 2009, p.17), la autora enfatiza en que el estatus de héroe poco tiene que ver con la apariencia física o la vigencia de un individuo en los medios de entretenimiento como la televisión, el cine o la música. Hay dos formas de adquirir el estatus de héroe según Penfold-Mounce: una manera es obteniendo reconocimiento mediante la consecución de una hazaña nunca antes alcanzada y la otra vía de alcanzar el estatus de héroe es demostrando valentía o coraje en situaciones de peligro poniendo en riesgo la integridad propia para proteger o salvar a un individuo, una comunidad o una nación.

La categoría de *'celeb'* se refiere a “individuos que obtienen reconocimiento por el hecho de ser ellos mismos” (Penfold-Mounce, 2009, 18). De acuerdo a la autora, representa “la ruta más superficial o trivial de obtener reconocimiento” (p.18), ya que por lo general los únicos méritos de los individuos que encajan en esta categoría es pertenecer a la alta sociedad o estar en contacto con otras celebridades que gozan de mayor reconocimiento.

La categoría de *'estrella'* aplica para “aquellos individuos reconocidos específicamente por ser exitosos en la música, demostrar su belleza en el modelaje, o por actuar en teatro, cine y televisión. Las estrellas son epítome de belleza, estilo, riqueza y reconocimiento” (Penfold-Mounce, 2009, 19). La categoría de *'personalidad'* tiene una relación directa con la de *'estrella'* pues se refiere a “individuos que hacen parte de la industria del entretenimiento pero que no han conseguido el estatus internacional de estrella” (p. 19).

Según el diccionario Oxford (2017), la palabra *'notorious'* traduce: “famoso o reconocido, típicamente por malas cualidades o acciones”. Como equivalentes a la palabra *'notorious'* en español podemos usar las palabras *'escandaloso'* o *'infame'* así como la expresión *'de mala fama'*. La quinta categorización propuesta por la autora es precisamente *'notorious'*, la cual se refiere a “hombres y mujeres que obtienen un estatus de celebridad por haber realizado o estar asociados a actividades infames de conducta ilegal o antinatural” (Penfold-Mounce, 2009, p.20). Hay dos formas de adquirir el estatus de *'notorious'* según Penfold-Mounce: una manera es obteniendo popularidad, admiración y reconocimiento mediante la ejecución exitosa de uno o

varios crímenes y la otra vía es cometiendo un acto considerado como imperdonable por la sociedad. La *celebridad criminal* forma parte justamente de la categoría '*notorious*'.

La autora incluye en la discusión el concepto de '*resonancia*' como aquello que ocurre cuando la influencia de una celebridad trasciende la '*identificación*' y empieza a generar reacciones por parte de otros individuos: "resonar es ir un paso más allá de la identificación, el individuo no solo se siente conectado a algo o alguien, el individuo se siente estimulado a generar una respuesta o interacción" (Penfold-Mounce, 2009, p.64), Penfold-Mounce sostiene que el fenómeno de resonancia explica por qué los individuos pueden llegar a imitar el estilo de vida de las celebridades: "la resonancia con celebridades está relacionada a la posibilidad de un individuo de obtener tal estatus de de celebridad" (p.65). En el caso de las celebridades criminales que encajan en la categoría '*notorious*' ser célebre no solo representa fama, también conlleva peligro, riqueza y poder, Penfold-Mounce clasifica la celebridad criminal en cuatro categorías: '*bandido social*', '*héroe criminal*', '*exhibicionista del bajo mundo*' y '*criminal inicuo*'.

La categoría de '*bandido social*' se refiere a "individuos que se vuelven criminales no por elección y que luchan a favor del pueblo oprimido" (Penfold-Mounce, 2009, p.83), quienes pertenecen a este grupo de celebridad criminal se caracterizan por evitar recurrir a la violencia, ser generosos con los más pobres y sobre todo, porque sus historias perduran en el tiempo transformándose en mitos y leyendas, el mejor representante de '*bandido social*' es el ladrón más famoso del folclor británico Robin Hood.

En la categoría de *'héroe criminal'* están incluidos aquellos “criminales que se vuelven populares debido a su valentía, audacia, atrevimiento, codicia y, en ocasiones, por la gentileza demostraba hacia sus víctimas” (Penfold-Mounce, 2009, p.84), la autora aclara que esta categoría en un principio estaba prácticamente limitada a ladrones y fugitivos que burlaban a las autoridades sin recurrir al uso de la violencia pero que con el paso de los años criminales cada vez más violentos han alcanzado el estatus de héroes.

Penfold-Mounce (2009) propone *'exhibicionista del bajo mundo'* como aquella categoría de celebridad criminal que se compone de “criminales que buscan activamente una carrera como celebridad alardeando sus crímenes del pasado con la intención de obtener estatus y riqueza (...) difieren del héroe criminal y del bandido social ya que estos no buscan ser célebres intencionalmente” (p.86). En esta categoría se incluyen criminales que han cumplido condenas o que pueden seguir encarcelados y que durante sus años de delincuencia no alcanzaron a ocupar posiciones altas en las jerarquías del crimen organizado.

La última categoría de celebridad criminal que propone Penfold-Mounce (2009) es la de *'criminal inicuo'*, la cual se refiere a aquellos criminales que “cruzaron una línea cultural que los aliena del público; son anti-célebres así como son anti-héroes (...) individuos que adquieren reconocimiento por cometer crímenes imperdonables, cuyas acciones inspiran miedo, asco y aversión nacional e internacional” (p.90). En esta categoría se incluyen asesinos en serie, caníbales, depredadores sexuales y en general aquellos criminales que demuestran un total irrespeto por la vida y el sufrimiento humano.

4.4. Los narco-formatos

La serie *Miami Vice* (1984) creada por Michael Mann es una muestra de cómo el ideal de criminal alcanzó una insignia en la figura del narcotraficante durante la década de los ochenta en la televisión estadounidense, sus personajes principales eran los detectives 'Rico' Tubbs y 'Sonny' Crocket que enfrentaron el crimen en Florida y en más de un episodio encontraban enemigos en carteles de la droga ficticios como el 'Cartel Calderone' liderado por el personaje Esteban 'The Colombian' Calderone.

En la televisión estadounidense, las historias sobre narcotráfico fueron apareciendo gradualmente, en el caso específico de los países productores de drogas el narcotráfico es un tema que históricamente ha tenido que ser tratado con prudencia debido a la intimidación de los carteles, uno de los casos más recientemente documentados se presentó durante el mes de septiembre de 2017, Carlos Muñoz scout de locaciones para la producción de la cuarta temporada de *Narcos* fue asesinado a balazos en el Estado de México mientras tomaba fotografías durante el proceso de preproducción de la cuarta temporada de la exitosa serie de Netflix (EFE, 2017).

Mientras las audiencias norteamericanas lidiaban con el narcotráfico en las pantallas de televisión con series como *Miami Vice*, *Wiseguy* (1987) y *CSI: Miami* (2002), las drogas eran un tema tabú en los canales colombianos y mexicanos, cualquier señalamiento a los principales grandes carteles tenían el potencial de desembocar en una sentencia de muerte, por ende pasaron más de dos décadas para que el narcotráfico fuera objeto de representación en la ficción

televisiva colombiana y mexicana en producciones como *El capo* (2009) y *La Reina del Sur* (2011).

Es cierto que existen antecedentes en la televisión estadounidense como el caso previamente expuesto de *Miami Vice*, pero las producciones latinoamericanas han tenido un rol protagónico en la difusión de las narrativas *narco* a nivel mundial. Son producciones televisivas de ficción que pertenecen a la categoría de drama criminal gangster y giran en torno a historias relacionadas a los carteles del narcotráfico, para las audiencias de los países latinoamericanos perjudicados por el flagelo de la producción y el tráfico de narcóticos, estas historias corresponden a relatos familiares. El auge de dramas criminales con temáticas '*narco*' producidos en formatos tradicionales televisivos han obligado a los medios de comunicación y a la academia a emplear un vocabulario distinto, el concepto de '*narco-formatos*' surge con el propósito de categorizar los dramas criminales que abordan narrativas de la '*narco-cultura*', fue en América Latina, específicamente en Colombia, donde surgieron la '*narco-novela*' y la '*narco-serie*'

4.4.1. La narco-novela

'Narco-novela' es el término que se utiliza en Latinoamérica para denominar aquellas telenovelas que tienen como eje central de la narrativa temas relacionados con el narcotráfico. Para empezar encuentro necesario emplear el concepto de telenovela propuesto por Gordillo (2009): "formato dramático con estructura serial y final cerrado. Posee un abultado número de episodios concentrado en una única temporada, y su duración corresponde a una hora televisiva."

(p. 105), al atribuirle a la telenovela una estructura serial “los mismos personajes ocupan la totalidad del programa, ofreciendo las tramas que se complican, entrelazan y alargan a lo largo de toda la serie, o a lo largo del conjunto completo de capítulos” (p. 104).

Para el momento en el que las *narco-novelas* llegaron a las pantallas latinoamericanas la cultura del narcotráfico y sus elementos característicos ya eran cotidianos para las audiencias, en su mayoría, compuestas por personas que han tenido que padecer de una u otra forma la violencia de los carteles y las mafias. Es importante tener en cuenta que debido a su popularidad, las telenovelas representan el vehículo idóneo para la ‘*narco-cultura*’ en las audiencias de habla hispana, “La telenovela sigue como la principal narrativa televisiva iberoamericana, con formato de larga serialidad o serial largo, acompañada por el aumento de las multipantallas, así como por el crecimiento del VoD” (Orozco & Vassallo, 2016, p.101). Al tratarse de un tema sensible para las audiencias de todas las clases sociales y que es abordado a través del formato más popular de la región, las *narco-novelas* se convierten en piezas esenciales de la cultura popular contemporánea. La importancia de estos textos en la cultura popular se debe a que:

La producción cultural, en este caso la televisión, es representativa e informativa sobre una época o momento de la historia, por poseer una serie de detalles y aproximaciones que tienden a extenderse, encubrirse, repetirse y reproducirse hasta acabar conformando a su vez la realidad. Los textos de la cultura popular pueden emplearse como material de análisis para desentrañar los imaginarios colectivos, por su capacidad de llegar a un amplio público que los consume y disfruta aparentemente sin reflexionar en su contenido. (Roa, 2014, p.16).

Las primeras telenovelas sobre narcotraficantes fueron producciones colombianas. Los guionistas se inspiraron en historias de narcotraficantes reales para construir personajes de ficción que conservaban similitudes evidentes con varios de los capos bien reconocidos en las narrativas populares, a pesar de esto, por respeto a la reacción de la audiencia y de la crítica o por miedo a represalias económicas de los patrocinadores, en un principio las *narco-novelas* colombianas no eran promocionadas como representaciones de personajes reales. Esta aproximación a la violencia de los carteles desde la televisión nacional ha causado polémica desde sus inicios y ha planteado discusiones en la academia y en la esfera pública sobre los contenidos *narco* en televisión, cabe resaltar que el pionero en producción de *narco-novelas* en Latinoamérica es Caracol Televisión:

Colombia fue el primer país que abrió sus pantallas a las narco novelas, desatando un debate nacional. Caracol produjo en 2006 la muy exitosa *Sin tetas no hay paraíso* que fue seguida por *El cártel de los sapos* dos años después. El jefe de la Policía Nacional en ese entonces, el general Óscar Naranjo, acusó a esta última de ridiculizar al Estado y retratar a los criminales como estrellas. (Beauregard, 2015).

Eventualmente, se empezaron a realizar telenovelas que fueron distribuidas y publicitadas como adaptaciones de la historia real de distintos gangsters colombianos, es el caso de *El Cartel de los sapos* (2008) de Caracol Televisión, una adaptación de la autobiografía escrita por Andrés López alias 'Florecita' ex-miembro del extinto Cartel del Norte del Valle, y por supuesto es también el caso de *Escobar, el patrón del mal*.

Así como el flagelo del narcotráfico ha afectado a las tres regiones de América: sur, centro y norte; las narrativas televisivas ‘*narco*’ viajaron rápidamente a lo largo de todo el continente como si se tratara de un cargamento psicotrópico. En el caso de México, uno de los principales productores y exportadores de entretenimiento en América Latina desde mediados del siglo XX, las ‘*narco-novelas*’ encontraron un terreno previamente abonado en el cine, películas sobre relatos de carteles y capos ya abundaban en un género denominado ‘*narco-drama*’ que ha estado presente en las pantallas grandes y chicas mexicanas desde finales de la década de los setenta (Benavides, 2008), históricamente existe en México una industria de cine ‘*narco*’ clase B al cual han denominado ‘*narco-churros*’, ‘*narco-cinema*’ y ‘*mexinema experimental*’ (Rojas-Sotelo, 2014). Tratándose de una audiencia familiarizada con los contenidos ‘*narco*’, las grandes cadenas de televisión mexicanas encontraron un negocio lucrativo en la producción de ‘*narco-novelas*’, sobre el caso específico de la ‘*narco-novela*’ mexicana *La Reina del Sur* hacen referencia Orozco & Vasallo (2013):

La fórmula de la narco-novela ha demostrado ser bastante exitosa y una decisión sensata en términos económicos por parte de Telemundo de producir este tipo de programas. Por ejemplo *La Reina del Sur* atrajo una gran porción del codiciado demográfico masculino de 18 a 34 años e incrementó arriba de 40% los ratings de esta cadena en el 2011. Además, las narco-novelas le proveen a Telemundo una ventaja sobre su rival Univisión y sus novelas, la mayoría producidas por Televisa que continúan basándose en el esquema de Cenicienta. (p.352).

Desde la consolidación de las '*narco-novelas*' a principios de la presente década, el tema del narcotráfico ha sido una constante en las pantallas de América Latina, así lo encontramos evidenciado en los anuarios Obitel, dónde series con temática '*narco*' como es el caso de *Escobar, el patrón del mal*, *La bruja* (2011), *El señor de los cielos* (2013) y *La viuda negra* (2014), entre otras, han hecho parte de las diez series más vistas en América Latina año tras año (Orozco & Vasallo, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016).

4.4.2. La narco-serie

Aquellas series dramáticas de televisión o webseries que tienen como eje central de la narrativa temas relacionados con el narcotráfico son denominadas '*narco-series*', a continuación incluyo una breve descripción de serie dramática según Gordillo (2009): “pueden contemplar fórmulas seriales o mixtas (...) Responden a un formato con una duración igual o superior a 45 minutos” (p. 106). Al tratarse de uno de los formatos por excelencia de la televisión contemporánea, adaptar relatos de narcotráfico y serializarlos propicia que estos lleguen a una variedad de audiencias locales y globales.

Las series de televisión, gracias a la captación de audiencias que se miden en millones de personas y que se ubican en diversas localizaciones sociales y espaciales, sirven también para preservar y reconstituir ámbitos de significados compartidos por una comunidad. Las series, como elementos pertenecientes a la cultura popular, registrarán las evoluciones y los cambios, articulándolos en los modelos de referencia y en los esquemas

de experiencia ya consolidados, pero se opondrán a las transformaciones radicales de mutación cultural. (p.102)

La televisión es un espacio en el que confluyen los relatos de los pueblos y que evoluciona acorde a las necesidades y gustos de los espectadores, con el paso de los años, contenidos en los que el protagonista es un narcotraficante se han vuelto tendencia. No es coincidencia que series como *Breaking Bad* (2008), *La Reina del Sur* (2011), *Escobar, el patrón del mal*, *El señor de los cielos* (2013) y *Narcos* se conviertan en grandes éxitos debido a que “la serie contemporánea funciona como el retorno de lo reprimido, la resurrección de una manera de construir relatos actualizando y respetando las normas de la narrativa clásica” (Rodríguez, 2014, p.23). El auge de las ‘*narco-series*’ responde a la popularidad de las narrativas ‘*narco*’ propias de la ‘*narco-cultura*’, sumado a la tendencia del público por consumir relatos serializados.

4.5. Opciones de distribución de contenido

El marco conceptual de las opciones de distribución de contenido es pertinente a esta investigación al momento de analizar los modos de distribución de las plataformas *Netflix* y *Caracol Play* en cuyos catálogos encontramos distintas ‘*narco-novelas*’ y ‘*narco-series*’, específicamente *Narcos*, la serie original de Netflix, y *Escobar, el patrón del mal*, que además de encontrarse en la plataforma de *Caracol Play* donde están disponibles las producciones más exitosas de Caracol Televisión, también se encuentra en el catálogo de Netflix de varios países a nivel mundial.

En *Evolution of Broadcast Content Distribution*, Roland Beutler (2016) detalla la evolución de la radiodifusión y explica el funcionamiento de las opciones de distribución de contenido, el autor parte con la distinción entre dos formas de distribución de contenido, la distribución lineal se refiere a: “la manera tradicional de distribuir contenidos de radio y televisión. Las secuencias de los programas son determinadas por las cadenas de distribución y no pueden ser alteradas por el espectador ” (2016, p.5), mientras que la distribución no-lineal se refiere a aquella en que: “los usuarios pueden elegir los contenidos controlando el tiempo y la secuencia del consumo (...) Los servicios no-lineales le ofrecen al usuario la autonomía de decidir qué consumir, dónde consumirlo cuando consumirlo y en qué dispositivos consumirlo” (p.6).

Además de las formas de distribución, el proceso de distribución de contenido depende de las opciones de difusión que se emplean, el autor explica que existen dos grandes grupos de redes que abarcan las distintas opciones de difusión: las ***redes de radiodifusión*** y las ***redes de difusión por banda ancha***.

Las redes de radiodifusión: “distribuyen una señal desde un único punto hacia, en principio, un número ilimitado de usuarios” (Beutler, 2016, p.10), a este grupo pertenecen las *redes de radiodifusión terrestre*, las *redes de cable*, y las *redes satelitales*. En contraste, las redes de difusión por banda ancha se refieren a: “aquellas redes subyacentes que componen la Internet, se trata de distintas implementaciones técnicas de infraestructura de redes que son capaces de ofrecer un alto flujo de datos” (p.20), del mismo modo las redes de difusión por banda ancha se

dividen en: *Over-the-Top (OTT)*, *redes de banda ancha fijas*, *redes de banda ancha móviles* y *redes wi-fi*.

4.5.1. Servicios de distribución *Over-the-Top*

Los servicios de distribución *Over-the-Top (OTT)* se refieren a: “aquel escenario donde un proveedor de contenido desarrolla una website o una aplicación a través de la cual sus usuarios pueden acceder al contenido ofertado” (Beutler, 2016, p.23), al interior de la categoría de las OTT encontramos distintos modelos de servicios entre los que destacan: *Suscripción Video-on-Demand (SVOD)*, *Transactional Video-on-Demand (TVOD)*, y *Advertising Video-on-Demand (AVOD)*.

A la categoría de OTT pertenecen los principales proveedores de contenidos audiovisuales como Netflix, Amazon Prime, Hulu, entre otros. Los servicios OTT se distribuyen por medio de plataformas, de acuerdo a Beutler, la definición de plataforma es: “un conjunto de servicios en conjunción a una pieza de software o hardware necesarias para acceder a dicho servicio. Esto quiere decir que el proveedor de una plataforma no necesita operar una red física sobre la cual su contenido va a ser distribuido” (Beutler, 2016, p.8)

4.6. El marco de la *transducción cultural*

El marco de la ‘*transducción cultural*’ fue diseñado por Enrique Uribe-Jongbloed & Hernan Espinosa-Medina (2014) con el fin de abordar teórica y metodológicamente el estudio de

distintos procesos mediante los cuales un producto cultural “es modificado o alterado para volverse disponible, atractivo o relevante en un contexto cultural diferente” (Uribe-Jongbloed & Espinosa-Medina, 2017, p.616). Este marco surge en el campo de los estudios de medios, en principio, como respuesta a la necesidad de compilar la vasta literatura existente sobre el comercio transnacional de productos culturales audiovisuales así como los procesos de producción, distribución, *remake* y adaptación de los mismos cuando estos cruzan fronteras culturales; a pesar de estar en un principio, enfocado a productos televisivos, cabe resaltar que este representa un marco útil para el estudio del amplio conjunto de productos culturales que abarca videojuegos, literatura, cómics, aplicaciones, etcétera.

Compilando lo expuesto por Castells, Sparks y Waisbord sobre comercio e intercambios de productos audiovisuales, el marco de la *‘transducción cultural’* parte de la premisa “el creciente intercambio de productos audiovisuales a nivel mundial es presentado como una evidencia de la globalización” (citado en Uribe-Jongbloed & Espinosa-Medina, 2014, p.25), uno de los objetivos de la creación del marco en cuestión es contribuir a la utilización de una terminología común en medio de un escenario globalizado. De acuerdo a los autores, conceptos ampliamente divulgados resultan necesarios para abordar etapas específicas de determinados procesos, pero derivan en ambigüedades a la hora de conceptualizar un marco extenso sobre la modificación y el intercambio de productos culturales; en lugar de utilizar conceptos como *traducción*, *adaptación* y *localización*, los autores escogieron el término *‘transducción’*, el cual tomaron prestado de las ciencias biológicas e ingenieriles:

En biología se refiere a la transferencia de material genético de una célula a otra usualmente mediante un agente viral, mientras que en ingeniería está asociado a la transformación de un tipo de energía en otra diferente. Ambos se refieren a conservar, por así decirlo, la esencia (trátase de material genético o energía almacenada), mientras se modifica el repositorio dependiendo del anfitrión o ambiente al cual se destina. (Uribe-Jongbloed & Espinosa-Medina, 2017, p.616).

En medio de la revisión y recopilación literaria extensiva realizada por los autores del marco de la *transducción cultural*, he seleccionado algunos de los conceptos que emplearé durante el desarrollo de un análisis comparativo sobre mercado y producto entre *Narcos* y *Escobar, el patrón del mal* y que resulta necesario para alcanzar a cabalidad los objetivos de la presente investigación.

4.6.1. Los cuatro tipos de flujos audiovisuales

Los autores del marco de la '*transducción cultural*' proponen cuatro tipos de flujos de intercambio de productos audiovisuales partiendo de la conceptualización propuesta por Thussu sobre *flujo dominante* y *contra-flujos*:

El **flujo dominante** proviene mayoritariamente desde los Estados Unidos, Europa Occidental y Japón hacia el resto del mundo; y los **contra-flujos** que abarcan flujos transnacionales entre países distintos a los pertenecientes al flujo dominante, y flujos geoculturales en su mayoría provenientes de productoras diaspóricas o audiencias

transmitiendo hacia su lugar de origen, o desde su lugar de origen hacia su nuevo lugar de asentamiento. (citado en Uribe-Jongbloed & Espinosa-Medina, 2014, p.25).

Uribe-Jongbloed y Espinosa-Medina (2014) sostienen que la conceptualización de *flujo dominante* y *contra-flujos* propuesta por Thussu resulta: “problemática porque distintos intercambios audiovisuales no pueden ser clasificados claramente dentro de las categorías de contra-flujos sin generar una ambigüedad entre flujos transnacionales y geo-culturales” (p.25), es por eso que los autores proponen una clasificación distinta de los flujos de intercambio de productos audiovisuales, para esta nueva tipificación parten de los conceptos de *mercados centrales* a los cuales pertenecen los países de producción audiovisual hegemónica que son los mismos descritos por Thussu para la categoría de *flujo dominante* (Estados Unidos, Europa Occidental, Japón) y *mercados periféricos* donde se ubican todos aquellos países o territorios que no pertenecen a los *mercados centrales*. Existen cuatro tipos de flujo de acuerdo a Uribe-Jongbloed y Espinosa-Medina.

Tabla 1: Cuatro tipos de flujo audiovisual

Tipo de flujo	Origen del producto	Destino del producto
Mercados centrales	Países de producción audiovisual hegemónica (Estados Unidos, Europa occidental, Japón).	Europa occidental, Canadá, Estados Unidos, Japón
Mercados centrales a mercados periféricos	Países de producción audiovisual hegemónica (Estados Unidos, Europa del este, Japón).	Cualquier país (o países) no pertenecientes a los mercados centrales
Mercados periféricos a mercados centrales	Países de producción a pequeña escala o regional (América Latina, Asia, Europa del este)	Europa occidental, Canadá, Estados Unidos, Japón

Mercados periféricos	Países de producción a pequeña escala o regional (América Latina, Asia, Europa del este)	Cualquier país (o países) no pertenecientes a los mercados centrales
----------------------	--	--

(Uribe-Jongbloed & Espinosa-Medina, 2014, p.26)

4.6.2. *Proximidad, compartibilidad y descuento cultural*

El concepto de '*proximidad cultural*', fue desarrollado por Straubhaar para "determinar sí, y de qué manera, un producto audiovisual extranjero, especialmente en televisión, necesita ser adaptado en un país o mercado televisivo distinto" (citado en Uribe-Jongbloed & Espinosa-Medina, 2014, p.29). Este se desprende del estudio realizado por Straubhaar sobre las teorías del imperialismo cultural y busca explicar el consumo de productos audiovisuales por parte de las audiencias más allá de la dependencia comercial; al adoptar el concepto de '*proximidad cultural*' es necesario dar por sentada la existencia de "una audiencia heterogénea compuesta por diferentes grupos de personas que comparten, en un grado determinado, elementos de identidad cultural" (p.29).

Los autores del marco de la '*transducción cultural*' parafrasean a Straubhaar explicando que el concepto de '*proximidad cultural*' sugiere que "aquellas personas que pertenecen a una comunidad se relacionan con mayor facilidad con contenidos creados por otras personas culturalmente similares, y en segunda instancia, con aquellos productos realizados por personas de mercados similares al propio." (p.29), además Uribe-Jongbloed & Espinosa-Medina (2014) consideran que el concepto de '*proximidad cultural*' debe emplearse exclusivamente para referirse a las relaciones entre mercados, mientras que en lo que respecta a productos existen

otros conceptos idóneos para explicar determinados procesos dentro del marco de la *'transducción cultural'*.

El concepto de *'compartibilidad cultural'* fue acuñado por La Pastina & Straubhaar (2005) quienes a su vez parten de la noción de *'programas compartibles'* expuesta por Singhal & Svenkerud (1994) que representa una característica aplicable a contenidos televisivos y denota: “que el producto mismo incluye componentes que lo hacen fácil de comprender por audiencias en distintos contextos culturales” (citado en Uribe-Jongbloed & Espinosa-Medina, 2014, p.32), de acuerdo a los autores del marco de la *'transducción cultural'*, el concepto de *'compartibilidad cultural'* es complementario al de *'proximidad cultural'* pues permite formular la hipótesis: “un producto determinado creado en un mercado específico puede llegar a tener un alto nivel de compartibilidad en aquellos mercado que posean un alto nivel de proximidad cultural en relación al mercado en el cual fue creado” (p.32).

En contraste, encontramos el concepto de *'descuento cultural'* propuesto por Hoskins & Mirus (1988) que se refiere a “la devaluación de un producto cuando este es considerado para ser transmitido, adaptado o modificado de alguna otra manera en un contexto cultural distinto” (citado en Uribe-Jongbloed & Espinosa-Medina, 2014, p.33) y parte de la noción: “un producto que fue creado en un contexto específico perderá valor al ser introducido en un mercado en el que la gente carezca del capital cultural para entenderlo o relacionarse al mismo” (p.33). Ambos conceptos, en complemento al concepto de *'proximidad cultural'* resultan esenciales para analizar los procesos mediante los cuales un producto cultural es incluido en un mercado distinto.

4.6.3. Lagunas y universales culturales

Ulrike Rohn (2011) introdujo un conjunto de conceptos que contribuyen a determinar la ‘*compartibilidad cultural*’ y el ‘*descuento cultural*’ de contenidos audiovisuales, al cual denominó el ‘*modelo de lagunas y universales*’ y describe como:

Un marco analítico que contribuye al estudio de la demanda de audiencias cross-culturales considerando no solamente la relación audiencia-texto, sino además los factores contextuales que pueden influenciar esta demanda, así como el rol que los medios de publicación y transmisión pueden llegar a ejercer en el éxito del comercio de productos cross-culturales (p.632).

Rohn (2011) parte de la premisa: “los procesos de producción y consumo de contenidos dejan un gran espacio para las influencias culturales” (p.632), la autora sostiene que los productores de contenidos al igual que las audiencias son influenciados por su trasfondo cultural y todo lo que este abarca, así los contenidos producidos son evidencia de este trasfondo cultural por parte de los productores y realizadores, y del mismo modo este trasfondo determina las preferencias y las decisiones de las audiencias a la hora de consumir un producto.

El concepto de ‘*laguna*’ surge para explicar el fenómeno ocurrido cuando “las audiencias no escogen ni disfrutan contenidos producidos por fuera de su cultura si perciben una incongruencia entre su propio trasfondo cultural y aquel del productor tal y como es incorporado

en el contenido” (Rohn, 2011, p.632), en contraste al concepto anteriormente mencionado Rohn propone la noción de ***‘universal’*** para explicar los escenarios en los cuales “las audiencias escogen y disfrutan contenidos producidos por fuera de su cultura si no perciben una incongruencia cultural, si tal incongruencia no está presente, si le restan importancia a la incongruencia percibida, o no tienen acceso a contenido alternativo” (p.632). Rohn (2011) sostiene que las audiencias, al percibir un tipo de *‘laguna’* en el contenido producido por fuera de su cultura, le aplican un *‘descuento cultural’* a este, lo cual incide en que las audiencias no escojan, no disfruten o no comprendan el producto. La autora propone tres clasificaciones de *‘laguna’*: ***‘laguna de contenido’***, ***‘laguna de capital’*** y ***‘laguna de producción’***, así como tres clasificaciones de *‘universal’*: ***‘universal de contenido’***, ***‘universal creado por la audiencia’*** y ***‘universal creado por la compañía’***.

Mediante el concepto de ***‘laguna de contenido’***, Rohn (2011) se refiere al “fenómeno donde las audiencias encuentran los contenidos producidos por fuera de su cultura irrelevantes o inclusive inapropiados” (p.633), este fenómeno depende del vínculo o la conexión que las audiencias pueden llegar a crear con un producto al cual consideren o no, satisfactorio y atractivo. El siguiente concepto propuesto por Rohn es el de ***‘laguna de capital’***, el cual describe como “el fenómeno donde las audiencias por fuera de la cultura del productor carecen del conocimiento necesario para entender el producto y, como resultado, no lo disfrutan” (p.634), este fenómeno se presenta cuando las diferencias de trasfondo cultural entre las audiencias y el productor de contenido impiden que el consumidor comprenda el producto aun cuando este lo desee, dos ejemplos utilizados por la autora son los de las barreras lingüísticas, cuando un producto se encuentra en un idioma ajeno al de la audiencia lo cual impide que el espectador lo

disfrute o entienda, y el de género, cuando un producto pertenece a una clasificación genérica que requiere que la audiencia esté familiarizada previamente para comprender las narrativas. El tercer concepto propuesto por Rohn es *'laguna de producción'* y corresponde al “fenómeno que ocurre cuando las audiencias no disfrutan contenidos de producción extranjera porque no les gusta el estilo” (p.634), este fenómeno está ligado a los gustos de las audiencias, factores de estilo y estética, estructura narrativa y formatos influyen, Rohn aclara que a diferencia de la *'laguna de capital'*, cuando se presenta una *'laguna de producción'*, la audiencia a pesar de llegar a comprender el producto no lo encuentra atractivo o satisfactorio.

Rohn (2011) propone el concepto de *'universal de contenido'* para referirse a “los atributos de un producto que lo hacen disfrutable por audiencias de distintas culturas” (p.634), estos atributos a los que se refiere la autora pueden incluir relatos o narrativas cautivadoras en distintas culturas, como es el caso de las historias románticas, heroicas y fantásticas, también se pueden incluir productos con características extraordinarias que cubren vacíos en la oferta doméstica como es el caso de contenidos con altos estándares de producción como es el caso de la saga de *Star Wars* o las sagas de superhéroes de Marvel y DC y los videojuegos de *Mario Bros*. El siguiente concepto que desarrolla Rohn es el de *'universal creado por la audiencia'*, que corresponde al “fenómeno donde las audiencias disfrutan contenidos producidos en el extranjero debido al modo particular en que lo interpretan” (p.636), los atributos que contribuyen a esta categoría de *'universal'* son aquellos en los que las audiencias perciben un grado de similitud y familiaridad en el producto en cuestión y le confieren un significado en contraste al trasfondo cultural propio. El tercer concepto que introduce la autora es *'universal creado por la compañía'* y obedece al fenómeno que se presenta “cuando contenidos producidos

en el extranjero son exitosos porque las compañías se esfuerzan en crear una ventaja competitiva de su relación con otros contenidos en el mercado” (p.637), este atributo se refiere principalmente al posicionamiento estratégico que realizan compañías de distribución y publicación para atraer la atención de las reduciendo la posibilidad de que se presenten ‘lagunas’ y apelando a ‘*universales de contenido*’.

5. Estado del arte

5.1. La narco-cultura

El narcotráfico en Colombia no solo modificó las estructuras sociales y económicas del país; el dinero proveniente de la cocaína también cambió de la noche a la mañana el estilo de vida de millones de colombianos. En medio de aquel auge de ‘*nuevos ricos*’, las élites del país se vieron escandalizadas por el surgimiento de la ‘*narco-cultura*’; así fue denominado el estilo de vida de quienes provenían de una distinta clase social y amasaron fortunas cultivando, produciendo y distribuyendo cocaína. Durante la década de los ochenta, los aristócratas de tradición y los medios de comunicación del país comenzaron a reconocer como una realidad las prácticas culturales de aquellos que en un principio fueron catalogados como ‘*igualados*’.

Gustavo Álvarez Gardeazábal (1995) plantea que la transformación cultural asociada al narcotráfico en Colombia surgió a partir de un cambio de valores ocasionado por un fenómeno que cataloga como ‘*la revolución del narcotráfico*’:

En Colombia, aunque les de pena decirlo a muchos para no ir a perder la visa de entrada a Miami, hemos sufrido la más grande revolución social de nuestra historia y, por qué no decirlo, una revolución absolutamente comparable con los modelos francés, ruso y cubano, que tanto hemos analizado: la revolución del narcotráfico (...) Se exige para el proceso revolucionario, casi como condición *sine qua non* para dar la transformación cultural, ahí sí un cambio radical de valores. Colombia sí que los ha sufrido. Cambiamos la moral del pecado por la moral del dinero, conceptuamos casi al revés el valor de la vida y la muerte, de la honradez y el cumplimiento, echamos al cesto de la basura el patriotismo y hasta se cree en un dios diferente. Perdimos la capacidad de reacción, ahogamos la felicidad de la sorpresa y apenas navegamos en un mar de valores cambiantes cada día. (p.15).

El '*traquetero*' consiste en moverse de un lado al otro contrabandeando, traficando, haciendo negocios mientras se hace trampa, y en antioquia quienes se dedican al '*traquetero*' son conocidos como '*traquetos*', ellos son los esbirros de los '*capos*' y se encargan del trabajo sucio en los carteles, enriquecen al patrón mientras se llenan los bolsillos ellos mismos, no todos los que ingresan al bajo mundo del narcotráfico fantasean siquiera con llegar a '*capos*', eso queda solo para algunos pocos como Escobar, pero todos pueden aspirar con '*traquetear*' exitosamente. Casi una década antes de que Álvarez Gardeazábal escribiera sobre '*la revolución del narcotráfico*', Mario Arango Jaramillo (1988) se refería a las prácticas culturales de los narcotraficantes antioqueños, a este fenómeno lo denominó '*cultura traqueta*' y lo describió como uno de los grandes cambios culturales ocurridos en la sociedad antioqueña:

El ascenso masivo de miles de personas, antes marginadas o de vida modesta y su espectacular ingreso a la sociedad de consumo, no solo ha convulsionado el mundo mercantil, sino que ha provocado una subcultura, con valores peculiares y comportamientos marginales, con desmesurada influencia sobre los tradicionales patrones y actitudes del antioqueño (p. 23).

La '*cultura traqueta*' se originó en la Medellín de los años setenta entre los maleantes de barrio que gradualmente fueron incursionando en el negocio de la cocaína, de acuerdo a Arango (1988), el *traqueto* es una metamorfosis de lo que en un principio se denominaba *man legal*: "el terror de los barrios residenciales, pues las señoras le atribuían los peores crímenes y depravaciones, contribuyendo a ello la jerga esotérica de trasposición de sílabas: misaca (camisa), lonpanta (pantalón), pinrieles (zapatos)" (p.23).

Entre la transición de *man legal* a *traqueto* se encontraban aquellos jóvenes que apenas se estaban iniciando en el bajo mundo de la criminalidad, quienes para poder aspirar algún día a *traquetos* debían comenzar por el trabajo más ruín y peligroso de la industria criminal, el oficio de *sicario*. Cuando en Medellín el sicariato se convirtió en una profesión bien remunerada durante la década de los ochenta, estos jóvenes asesinos a sueldo otrora desempleados, sin darse cuenta dieron origen a una subcultura, la '*cultura sicaresca*' o '*la sicaresca*'. De acuerdo a Rincón (2013), los sicarios al igual que los *traquetos* son personajes representativos de la '*narco-cultura*' en Colombia:

Surgió una adoración casi de culto por los modos de matar y sus matones jóvenes: se les llamó sicarios y a la literatura que habló de ellos “sicaresca”, o “un nuevo tipo de relatos” que habita “la fascinación por los sicarios”, “la truculencia” y la “pasión por el exceso”. Sicario es el joven que vive de matar por encargo, quien vive poco pero a gran velocidad y con mucha adrenalina, quien mata y se juega la vida para dejar con algo a la cucha (la mamá). (p.15)

Rincón (2013) coincide con Álvarez Gardeazábal y Arango Jaramillo en lo que respecta a los orígenes de la ‘*narco-cultura*’: se trata de un fenómeno surgido desde las clases sociales más deprimidas del país. Rincón, específicamente asevera que la ‘*narco-cultura*’ empezó siendo “un asunto de pobres feos” (p.1) que fue calando gradualmente en todas las clases sociales de Colombia y que terminó por ser difundida en toda América Latina, a esto se refiere el mismo autor:

Poco a poco fuimos viendo como México, Brasil y América Latina se convertían en territorio narco. Y los medios de comunicación lo llamaron colombianización y los políticos lo negaron hasta que el fenómeno narco les estalló en medio de la democracia (...) Así, llegamos al siglo XXI y nos encontramos integrados como latinoamericanos vía el narco: sus músicas recorren toda la región, su estilo de vida es el sueño colectivo del éxito, su moral es la que pega con la sobrevivencia, sus códigos son contados en literatura, cine y telenovelas, su modo de ascender es la ley (p.1).

Uno de los cambios culturales asociados a la ‘*cultura traqueta*’ y a la *sicaresca* se ve evidenciado en el lenguaje que se habla en las calles de Medellín, así como los ‘*manes legales*’ usaban la trasposición de sílabas para referirse a prendas de vestir, los sicarios y los ‘*traquetos*’ emplean su propio dialecto para interactuar a diario: a este se le conoce como ‘*el parlache*’, de acuerdo a Rincón (2013) ‘*el parlache*’ se compone de: “Modismos necesarios para nombrar las armas, el dinero, la sexualidad, las drogas, el aburrimiento y, sobretodo, la muerte.” (p.14).

Es importante aclarar que *el parlache* en un principio era hablado por jóvenes que no necesariamente formaban parte del negocio del narcotráfico, este dialecto fue adoptado rápidamente en todas las jerarquías de las organizaciones criminales en Medellín, desde el sicario hasta el *capo*, la definición de *parlache* de acuerdo a Castañeda (2005) es la siguiente:

El parlache es una variedad dialectal que utilizan la mayoría de los jóvenes de la ciudad de Medellín y de su Área Metropolitana, pertenecientes a los estra-tos [sic] uno, dos y tres. Surge y se desarrolla en estos sectores, como una de las respuestas que los grupos sociales excluidos dan a los otros sectores de la socie-dad [sic] que los margina. (p. 78.)

Al igual que otras prácticas propias de la cultura del narcotráfico, *el parlache* ha sido acogido por personas de todas las edades y en todo el territorio nacional, sobre la popularidad de *el parlache*, Bahamón (2009) expresa que: “afina y afir-ma [sic] una idiosincrasia que no ha hecho otra cosa sino extenderse por el ámbito na-cional [sic] cobijando de manera más o menos regular a distintas capas sociales.” (p.31). Gracias a la difusión internacional de la *narco-cultura*

a través de distintas prácticas culturales, *el parlache* ha llegado inclusive a ser reconocido por la conservadora Real Academia Española (Britto, 2016).

La *narco-cultura* abarca todos los aspectos del estilo de vida de los narcotraficantes y quienes los rodean: ideología, ética, prácticas, lenguaje y gustos están incluidos. A las expresiones de ostentación y despilfarro se les conoce como '*narco-estética*', la cual se extiende a moda, música, audiovisual, arquitectura, cuerpo. El concepto de '*narco-estética*' será discutido a continuación.

5.1.1. La narco-estética

Esta estética se expresa en oro, diamantes, camionetas blindadas, narco-corridos, mansiones, cirugías estéticas, entre otras prácticas características, en palabras de Juan Obando la '*narco-estética*' corresponde a: "la expresión visual del comercio de drogas" (citado en Rojas-Sotelo, 2014, p.1). La '*narco-estética*' es una estética derivada del dinero, expresa la necesidad de los narcotraficantes de alardear lo que tienen y así demostrar constantemente que la riqueza material no les hace falta, es una forma de compensar las falencias económicas que se han padecido con anterioridad, sobre esto explica Rincón (2013):

La narco.estética [sic] 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. (p.7)

Es válido aclarar que al igual que otras prácticas derivadas de la *narco-cultura*, el conjunto de prácticas de la *narco-estética* han tenido una amplia difusión en Colombia y América Latina y no son exclusivas de los narcotraficantes, a este respecto Héctor Abad Faciolince argumenta que la ostentación característica de la *narco-estética* no atrae únicamente a quienes tienen vínculos con el negocio del narcotráfico, por el contrario, el excesivo gusto mafioso es inherente a todos los sectores de la burguesía colombiana que anhela vivir como narco y envidia la riqueza de estos criminales: “Esta siempre ha querido lo mismo de los mafiosos (...) Quisiéramos que el mal gusto fuera monopolio cultural de los mafiosos. Qué va. Su mal gusto es un vicio nacional” (citado en Rincón, 2013, p.3). La *narco-estética* está directamente asociada con la importancia del dinero en una sociedad donde manda el capitalismo como la colombiana, donde el dinero de los narcotraficantes y su éxito ha sido bien recibido en distintas esferas: “El reconocimiento de la narcoestética es una legitimación social, y por ende una reafirmación de lo narco como arquetipo global de éxito.” (Solano, 2016, p.181).

5.1.2. Los narco-corridos

Es necesario remitirnos a la música tradicional mexicana cuando hablamos de *narco-corridos*, aquellas canciones que se han convertido en el soundtrack de la violencia asociada a los carteles del narcotráfico. Los *narco-corridos* encuentran sus orígenes en un género musical cuyas raíces se remontan a dos siglos de antigüedad: los corridos. Asociados a bares, cantinas, guerras de independencia y balaceras, los corridos surgieron como una expresión visceral del ser

humano, música de hombres y mujeres que se revelan a las normas y llevan orgullosamente sus vidas forajidas hasta obtener riqueza o morir en el intento.

El contrabando y su hijo más ilustre el narcotráfico, como tantas otras actividades criminales, se convirtieron en el estilo de vida de muchos mexicanos quienes no encontraron otra opción a la pobreza más que vivir en la ilegalidad, eventualmente, las letras de los corridos comenzaron a ser escritas en homenaje a los señores de la droga, los nuevos patrones que ostentaban riquezas y poder suficientes para enfrentarse al ejército y la policía, así es como surgen los *narco-corridos*: “el narco-corrido está ligado al poder porque pertenece a una tradición narrativa históricamente ligada a una postura contrahegemónica” (Amaya, 2014, p.228). Los narco-corridos son melodías que recorren Latinoamérica y tienen una gran presencia en México, Estados Unidos y Colombia.

Las letras de los *narco-corridos*, también conocidos en Colombia como *corridos prohibidos*, no se limitan a historias sobre los grandes patrones de la droga como Pablo Escobar, la *narco-cultura* no solo se relata desde la perspectiva de los narcotraficantes que se vuelven reconocidos, los *corridos prohibidos* también cuentan las historias de los campesinos cultivadores de cocaína, de acuerdo a Bahamón (2009):

El discurso que se maneja en el corrido prohibido no solo se refiere a la forma en que la cultura traqueta se trepa por las estructuras de la nación colombiana, sino que brinda una versión diferente del fenómeno al referirse también al llamado proletariado de la coca, constituido por los campesinos que habitan y producen en las zonas cocaleras, los

raspachines y chagreros, los directamente afectados por las políticas de fumigación de la planta. (p.14).

5.2. *El Mágico*

“El padrino, era el señor Pablo Escobar, y para los que vivieron en la luna durante los últimos 20 años, él era la verdad, el dueño de todo. El Mágico.”

George Jung. *Blow*. 2001.

Con el paso del tiempo los narcotraficantes colombianos alcanzaron una condición mitológica, ellos conformaron un grupo de nuevos ricos que desafiaron las narrativas del trabajo arduo y de la noche a la mañana amasaron enormes fortunas. Durante la década de los ochenta en Colombia se les empezó a apodar ‘*Los Mágicos*’ pues se rumoraba que todo lo que tocaban terminaba convertido en oro. Sobre el surgimiento y la consolidación de ‘*Los Mágicos*’ en Colombia está escrito detalladamente en *Mediadores, Rebuscadores, Traquetos y Narcos. Valle del Cauca 1890-1997* (1998), libro de Darío Betancourt Echeverry, docente e investigador vallecaucano quien dedicó su vida a la reconstrucción de la memoria histórica en Colombia y fue secuestrado, torturado y asesinado en 1999.

Cuando en la esfera pública se erigió el personaje de Pablo Escobar, armado de un discurso populista y con suficiente poder para enfrentarse abiertamente al estado colombiano, aquellos sectores de la sociedad que fueron tradicionalmente excluidos encontraron en él un adalid y se arrodillaron ante ‘*El Mágico*’. Si los narcotraficantes colombianos se hicieron

célebres en un principio por sacar oro y riqueza aparentemente de la nada, Pablo Escobar encuentra un semejante en el Rey Midas, figura de la mitología griega a quien, según versa el mito, el dios Dionisio le otorgó el poder de convertir en oro todo cuanto tocara y que terminó renunciando al regalo divino cuando se percató de que no podía comer pues al tacto convertía todos sus alimentos en metal dorado.

A diferencia del mito del Rey Midas, Pablo Escobar nunca renunció a su riqueza ilimitada y llegó a aparecer siete años consecutivos en el ranking de los hombres más ricos del mundo que publica la revista Forbes. A la hora de administrar su imperio, Escobar se comportaba más como un hombre de negocios que como un rey mitológico, a esto se refiere el ex-oficial de la DEA Javier Peña (citado en Green, 2015) , en quién está inspirado uno de los personajes principales de la serie *Narcos*: “Escobar era el director ejecutivo de su corporación: muy carismático, muy poderoso, muy exigente”.

Además de ‘*El Mágico*’, Pablo Escobar también fue apodado como ‘*El Robin Hood paisa*’ apodo adquirido en concordancia a los actos solidarios que realizó en Medellín y con los que se ganó el respeto, el cariño y la lealtad de muchos de los más pobres de la ciudad: “Lograba penetrar territorios donde el gobierno no podía llegar o ni siquiera intentaba hacerlo. Construyó un complejo de apartamentos en un barrio de Medellín que aún lleva su nombre, donde la gente todavía hoy lo alaba por lo que hizo.” (Green, 2015).

5.2.1. El mito de Pablo

En el artículo *Pablo Escobar, ese hombre. Narrativa y mitología del capo del narcotráfico*, Jorge González Del Pozo (2011) realiza un análisis de cuatro obras literarias de ficción en las que figura Pablo Escobar como personaje, los textos analizados fueron: *Noticia de un secuestro* de Gabriel García Márquez (1996), *Made in Miami. Vidas de narcos, santos, seductores, caudillos y soplonos* de Gerardo Reyes (1999), *Narco-Extravagancia: Historias insólitas del narcotráfico* de Oscar Escamilla (2002) y *Delirio* de Laura Restrepo (2004). El investigador sostiene que los textos que se crean en torno a Pablo Escobar apuntan a criticar al individuo como criminal mientras contribuyen al establecimiento de la dimensión mítica del líder del Cartel de Medellín, de acuerdo a González (2011):

Estas obras presentan de manera clara una crítica y una condena explícita a la figura de Escobar y, sobre todo, a los estragos que causaron sus negocios durante el final de la década de los 80 y comienzos de los 90, también alimentan el mito del capo de la droga intocable para instituciones e individuos y que mantuvo su imagen por encima del bien y el mal mucho tiempo después de su muerte (p.93).

Una de las conclusiones a las que llega González del Pozo (2011), es que la difusión de narrativas sobre la vida de Pablo Escobar permite que su leyenda trascienda a distintos sectores de la sociedad que anteriormente solo lo veían como un criminal despiadado, del mismo modo sus relatos se vuelven itinerantes y llegan a distintos mercados: “gracias a la reproducción con objetivos comerciales de las biografías de esta personalidad, también otras clases sociales y otras latitudes se acercan a esta figura idealizandola en muchas ocasiones.” (p.93). Las narrativas de

Pablo Escobar lo convierten en un objeto de consumo en mercados donde se vuelve representante de la colombianidad y de la *narco-cultura*.

En el artículo *Mito e imagem em The Memory of Pablo Escobar*, Rodrigo Vasconcelos (2012) realiza un análisis semiótico sobre la dimensión mítica de Pablo Escobar a partir del libro foto-biográfico *The Memory of Pablo Escobar* (2007) de James Mollison y Rainbow Nelson que recopila un gran número de fotografías mientras presenta un relato biográfico de la vida del capo. En palabras de Vasconcelos (2012), la investigación que expone tiene como propósito: “tejer consideraciones sobre las interacciones entre texto e imagen fotográfica en la construcción de los mitos modernos.” (p.26).

Vasconcelos parte reconociendo la condición de celebridad que ostenta la figura Pablo Escobar y compara a las celebridades contemporáneas con los dioses mitológicos de la antigua Grecia:

De la misma manera que en el panteón griego, tenemos varios "dioses" que son mitos, en la medida en que su imagen se ha vuelto más interesante que ellos mismos (...) La producción de imágenes en los medios acaba generando la construcción de discursos y / o ficciones. De ahí surgen los mitos modernos de las denominadas "celebridades", que se construyen por su exposición constante en la televisión, periódicos, revistas. (p.26).

El libro foto-biográfico analizado, contiene imágenes que evidencian distintas facetas de Pablo Escobar como individuo: fotografías familiares, fotografías de su fugaz ejercicio como

político, fotografías con otros miembros del Cartel de Medellín así como con sicarios de su ejército personal, inclusive contiene varias imágenes sobre el cuerpo abatido del capo. El autor señala la importancia de las imágenes en la construcción del mito de Pablo Escobar pues se trata de un individuo que en vida intentó ocultar muchas facetas de su proceder, sobre esto Vasconcelos (2012) explica: “La fragilidad de las memorias presentadas es atestada por su manipulación o destrucción, como por ejemplo, los intentos de Pablo Escobar de destruir muchas fotos que lo comprometieron con actividades ilegales” (p.32).

Vasconcelos (2012) concluye señalando que la muerte violenta de Pablo Escobar y el posterior tratamiento mediático que se le ha dado a la vida del líder del Cartel de Medellín ha contribuido a la institución de la dimensión mítica del individuo independientemente de que no existan dudas que este haya sido un criminal infame.

5.2.2. El legado de Escobar, el patrón del mal

En el artículo *La banalidad del mal y el rostro contemporáneo de su ideología en una teleserie del narcotraficante Pablo Escobar en Colombia* (2014), el investigador Miguel Hernández expone los resultados de un análisis narrativo realizado sobre la iconografía religiosa presente en la serie *Escobar, el patrón del mal*, en dicho análisis el autor toma como punto de referencia ideológico el concepto de *banalidad del mal* propuesto por Hannah Arendt, que explica cómo: “un sistema de poder político puede trivializar el exterminio de seres humanos cuando se realiza como un procedimiento burocrático ejecutado por funcionarios incapaces de

pensar en las consecuencias [sic] éticas y morales de sus propios actos” (citado en Hernández, 2014, p.1).

Hernández (2014) afirma desde un principio que la obra en cuestión es una versión superficial de la historia del Cartel de Medellín, pues deja claro que uno de los objetivos de su investigación es: “analizar la manera en que una teleserie sobre el narcotráfico en Colombia trivializa el fenómeno del terror extremo que lo caracteriza histórica y socialmente” (p.4), partiendo de la noción de que la serie de Caracol Televisión representa en una dimensión narrativa, un producto trivial.

Hernández manifiesta que *Escobar, el patrón del mal* es una adaptación fallida de *La parábola de Pablo* de Alonso Salazar Jaramillo. En esencia, el autor argumenta que mientras el libro de Salazar representa una posibilidad para entablar un diálogo serio en torno a la violencia del narcotráfico, la serie de Caracol fracasa como crítica y peca mitificando al personaje de Pablo Escobar, lo cual hacen desde el mismo momento en que escogen nombrar la adaptación televisiva en cuestión incluyendo la palabra *patrón* en el título:

El adjetivo patrón del mal no proviene del libro de Alonso Salazar, pues la intención de la obra fue mostrar que de la historia de Pablo Escobar se puede deducir una enseñanza o moraleja para situar interrogantes a la sociedad [sic] y al Estado colombianos. De manera que si la intención de adjudicar tal calificativo al capo por parte de los productores de la teleserie fue la de resaltar la personalidad extrema de quien ha sido clasificado como uno de los criminales más crueles de la historia a finales del siglo XX,

ésta se sabotea a sí misma al dramatizar constantemente la narrativa sentimental del narcotraficante y de sus allegados, hasta el punto de confundir al criminal con el padre, esposo e hijo amoroso, el coleccionista infantil de estampillas de anima-litos [sic], el benefactor paternalista de los pobres, el bandido rebelde ante la opresión y opulencia de los ricos y el pensador de izquierda. (p.4).

En el artículo *La ficción televisiva como recurso para la deliberación sobre el pasado* (2017), Rosario Sánchez Vilela hace referencia a dos series de televisión y una telenovela para abordar los temas de significación y lugar en la memoria colectiva iberoamericana, las obras seleccionadas por la autora son *Escobar, el patrón del mal*, *Cuéntame* (2001) de TVE y la telenovela argentina *Graduados* (2012).

Sánchez (2017) parte de la siguiente premisa: “el acceso al pasado a través de la ficción se constituye en un recurso para la deliberación sobre éste” (p.38), lo cual es acorde con la temática histórica de la serie *Escobar, el patrón* donde cada episodio comienza con la leyenda: “*el que no conoce su historia está condenado a repetirla*”. La autora da a entender que las ficciones representan una oportunidad de entablar diálogos en torno a la historia de los pueblos, independientemente de que a través de la misma se traten circunstancias violentas y dolorosas que algunas personas preferirían no abordar de una manera explícita por medio de la televisión, puntualmente, en lo que respecta a las ficciones televisivas expresa que: “Más allá de que estemos de acuerdo o en desacuerdo con la interpretación del pasado que ofrezcan constituyen un territorio común sobre el que se trabaja y se discute la memoria” (Sánchez, 2017, p.40).

Es importante aclarar que la Dra. Rosario Sánchez Vilela es una investigadora afiliada a la Universidad Católica de Uruguay, ella hace referencia a *Escobar, el patrón del mal* como una serie colombiana que ha trascendido las fronteras de audiencia gracias a la distribución internacional y que llegó a las pantallas uruguayas por medio MonteCarlo Tv. La autora deja claro que la serie de Caracol Televisión ha contribuido a crear una memoria colectiva internacional sobre el flagelo del narcotráfico en Colombia, sobre este tipo de narrativas de ficción televisiva con trasfondo histórico.

5.2.3. El fenómeno Narcos

*“Pablo Escobar era un asesino que no merece bajo ninguna circunstancia ni desde ningún punto de vista ser exaltado como héroe, eso no corresponde a la realidad y además va en contra de todo lo que es correcto y debe ser. Pero las películas son las películas y cada uno tiene el derecho de hacer **la película que le venga en gana** y eso no lo podemos impedir”*

Presidente Juan Manuel Santos Calderón. Radio Onda Cero. 2016.

En el artículo *Car Bombing Drug War History* (2016), Lina Britto realiza una crítica sobre la exactitud histórica de los eventos representados en la primera temporada de *Narcos*. La autora plantea que la serie de Netflix, desde el argumento manipula los sucesos reales acontecidos en Colombia y presenta una versión de los hechos acomodada en beneficio de la imagen de la DEA y en general sobre la injerencia del gobierno de los Estados Unidos en el conflicto armado colombiano, Britto (2016) comienza su artículo afirmando que: “los creadores

de *Narcos* han secuestrado y bombardeado la historia, y luego la han mezclado y remendado en miles de piezas, eventos y personajes, todo en nombre de la licencia artística y la búsqueda de nuevos mercados” (p.177).

La autora cuestiona el casting excesivamente internacional de la producción al tratarse de una serie centrada en la historia de Colombia y desaprueba la forzosa versión de *parlache* que caracteriza los diálogos de los personajes en *Narcos*, argumenta que los productores de la serie recurren a los mismos clichés que han caracterizado históricamente las representaciones de América Latina en Hollywood. El recurso narrativo principal de la serie es la voz en off permanente del personaje del agente de la DEA Steve Murphy quién relata los hechos en inglés, lo cual contrasta con la mayoría de los diálogos que suceden en español y van acompañados por subtítulos dependiendo del mercado donde esté siendo consumida la serie, para Britto (2016), este recurso en lugar de brindarle veracidad al relato termina por caricaturizarlo aún más:

La serie recurre al español con subtítulos en inglés para dotar a la producción con cierto tono de realismo que ha sido celebrado como una de las innovaciones más audaces en la historia reciente de la televisión. Pero la mezcla de acentos chilenos, portugueses, mexicanos, puertorriqueños y demás producen una cacofonía que resulta insoportable a los oídos. (p.180).

Britto concluye realizando una comparación entre la interpretación de Pablo Escobar en *Narcos* por el actor Wagner Moura y el mismo personaje personificado por Andrés Parra en *Escobar, el patrón del mal*. De acuerdo a la autora, la escogencia del actor brasileño, aunque

talentoso, representa un error de casting, y la construcción del Escobar de *Narcos* vislumbra una falsificación barata del Escobar de la serie de Caracol Televisión: “Recrea a Escobar con un acento brasileño y un comportamiento sombrío, pero en el fondo, el capo resulta ser una copia derivativa de la interpretación majestuosa del actor colombiano Andrés Parra.” (Britto, 2016, p.180).

6. Metodología

6.1. Tipo de estudio

En congruencia con los objetivos anteriormente expuestos llevaré a cabo una investigación de tipo cualitativa descriptiva post-estructuralista, donde he decidido abordar la dimensión narrativa del personaje de Pablo Escobar en las series *Escobar, el patrón del mal* y *Narcos* partiendo de la noción de que ambas representaciones del personaje contribuyen a la difusión de elementos propios de la ‘*narco-cultura*’ y posicionan al mítico narcotraficante como máximo exponente de un nuevo paradigma de celebridad para el cual propongo el concepto de ‘*narco-celebridad*’.

6.2. Procedimiento de selección de muestra

He realizado un análisis comparativo primario de los productos audiovisuales objeto de estudio, que corresponden a la versión Caracol Internacional de *Escobar, el patrón del mal* compuesta de 74 episodios, de aproximadamente 45 minutos cada uno, separados en un *box set*

de 15 DVD's, en relación a las primeras dos temporadas de la serie *Narcos* compuestas cada una por 10 episodios, de una duración entre 45 minutos y 55 minutos por episodio, disponibles en el catálogo global de Netflix. Luego de visionar ambas series por completo en dos ocasiones, ha sido seleccionado un conjunto de 9 escenas que corresponden a momentos de la trama equivalentes en ambas series y congruentes con el desarrollo de la historia de Pablo Emilio Escobar Gaviria. Las escenas y los fragmentos seleccionados se enumeran a continuación:

Escena 1: Pablo Escobar sale victorioso de un retén mientras transporta mercancía de contrabando.

Fragmento de *Escobar, el patrón del mal*. Episodio 1. Temporada 1. (m.23:12 - 26:50). Pablo Escobar joven (Mauricio Mejía) es escoltado por '*El alguacil*' (César Mora), quien lo encargó de liderar una flota de 32 camiones de contrabando. En el camino son detenidos por un retén de militares quienes lo amenazan con despojarle la mercancía, Pablo se enfrenta verbalmente al comandante del retén y mediante intimidación logra evitar un enfrentamiento contra los militares así como la confiscación del contrabando.

Fragmento de *Narcos*. Episodio 1. Temporada 1. (m.12:20 - 16:48). Pablo Escobar (Wagner Moura) es acompañado por su primo Gustavo Gaviria (Juan Pablo Raba) a bordo de un jeep, ambos lideran una flota de camiones de contrabando. En el camino son detenidos por un retén de policías del DAS al mando del coronel José Luis Herrera (Adrián Jiménez) y el agente Ibarra (Jorge Castellanos) quienes lo amenazan con confiscar la mercancía. Pablo Escobar responde a los oficiales ofreciéndoles "plata o plomo", estos intimidados, lo dejan pasar.

Escena 2: Captura y *mugshot* de Pablo Escobar.

Fragmento de *Escobar, el patrón del mal*. Episodio 3. Temporada 1. (m.32:32 - 34:01). Luego de un intento fallido por recuperar un decomiso de cocaína, Pablo Escobar (Andrés Parra) y su primo Gonzalo Gaviria (Christian Tappan) son capturados y enviados a la cárcel, es en ese momento que le toman la fotografía que luego será empleada en la serie en múltiples escenas, aquel icónico *mugshot* de Escobar sonriendo.

Fragmento de *Narcos*. Episodio 1. Temporada 1. (m.45:45 - 47:15). Pablo Escobar (Wagner Moura), iracundo, se ve envuelto en una discusión con el coronel José Luis Herrera (Adrián Jiménez) debido a un cargamento de cocaína incautado. Ofendido por el airado reclamo de Escobar, el coronel Herrera decide arrestarlo y fotografiarlo mientras el capo sonríe.

Escena 3: La carrera de Renaults 4.

Fragmento de *Escobar, el patrón del mal*. Episodio 5. Temporada 1. (m.05:15 - 09:07). Pablo Escobar (Andrés Parra) compite en una carrera a bordo de un Renault 4, por medio de un radio se comunica con su primo Gonzalo Gaviria (Christian Tappan) y su hermano Alberto Escobar Gaviria (Rodrigo Silva) quienes, por orden de Pablo, arrojan unas tachuelas en el camino y averían las llantas de su competidor.

Fragmento de *Narcos*. Episodio 6. Temporada 2. (m.00:20 - 02:42). Pablo Escobar (Wagner Moura) compite en una carrera de Renaults 4 contra su primo Gustavo Gaviria (Juan Pablo Raba), por primera vez, Pablo pierde una carrera, lo cual toma con buen humor.

Escena 4: El primer discurso político de Pablo Escobar.

Fragmento de *Escobar, el patrón del mal*. Episodio 8. Temporada 1. (m.15:23 - 18:28). Pablo Escobar (Andrés Parra), acompañado por su primo Gonzalo Gaviria (Christian Tappan) oficializa su candidatura a la cámara de representantes como fórmula de Javier Ortiz (Fabio Restrepo) por el Movimiento Acción Cívica adherido al Nuevo Liberalismo liderado por Luis Carlos Galán Sarmiento (Nicolás Montero), durante el discurso es vitoreado por el público antioqueño quienes les demuestran respeto y cariño.

Fragmento de *Narcos*. Episodio 3. Temporada 1. (m.20:20 - 22:21). Pablo Escobar (Wagner Moura) lanza su candidatura a la cámara de representantes como fórmula de Jairo Ortega (Julian Bustamante), durante el discurso es vitoreado por el público antioqueño quienes les demuestran respeto y cariño.

Escena 5: El ultimátum al ministro de justicia Rodrigo Lara Bonilla.

Fragmento de *Escobar, el patrón del mal*. Episodio 11. Temporada 1. (m.37:45 - 39:35). Luego de haber sido acusado como narcotraficante en el Congreso de la República por el ministro de justicia Rodrigo Lara Bonilla (Ernesto Benjumea), Pablo Escobar (Andrés Parra) en compañía de su amante, la periodista Regina Parejo (Angie Cepeda) y su primo Gonzalo Gaviria (Christian Tappan), da una rueda de prensa durante la cual le coloca un plazo de 24 horas al ministro de justicia para presentar evidencias que respalden sus acusaciones.

Fragmento de *Narcos*. Episodio 3. Temporada 1. (m.38:15 - 38:39). Luego de haber sido acusado como narcotraficante en el Congreso de la República por el ministro de justicia

Rodrigo Lara Bonilla (Adan Canto), Pablo Escobar (Wagner Moura) decide dar una rueda de prensa en la que le coloca un plazo de 24 horas al ministro de justicia para presentar evidencias que respalden sus acusaciones.

Escena 6: Pablo Escobar financia la toma del Palacio de Justicia.

Fragmento de *Escobar, el patrón del mal*. Episodio 17. Temporada 1. (m.10:34 - 11:47). Fabricio Romero, comandante del MR-20 le propone a Pablo Escobar (Andrés Parra) financiar la toma del Palacio de Justicia para someter al presidente de Colombia a un juicio ante la Corte Suprema de Justicia, lo cual beneficiaría el proceso de paz del MR-20 y la no extradición de narcotraficantes a los Estados Unidos.

Fragmento de *Narcos*. Episodio 4. Temporada 1. (m.33:47 - 35:03). Pablo Escobar (Wagner Moura) visita a el comandante del M-19, Iván ‘el terrible’ Torres (Aldemar Correa), sostienen una conversación en la que Escobar le entrega dos millones de dólares a Torres para encargarse de una misión, en ningún momento de la escena mencionan al Palacio de Justicia, pero en escenas posteriores queda claro que se trata de la toma del 6 de noviembre de 1985.

Escena 7: Pablo Escobar reacciona al atentado del edificio Mónaco.

Fragmento de *Escobar, el patrón del mal*. Episodio 36. Temporada 1. (m.17:25 - 19:39). Luego del atentado al edificio Mónaco, donde el Cartel de Cali detonó un carrobomba dejando herida a Manuela, la hija de Pablo Escobar (Andrés Parra), Pablo se reúne con su primo Gonzalo Gaviria (Christian Tappan) y su cuñado Fabio Urrea (Tommy Vasquez) para decidir el futuro del Cartel de Medellín y qué represalias tomar contra sus rivales en Cali.

Fragmento de *Narcos*. Episodio 8. Temporada 1. (m.28:01 - 29:10). En un atentado orquestado por el Cartel de Cali, un carrobomba explota en las cercanías del edificio Mónaco en la ciudad Medellín donde Pablo Escobar (Wagner Moura) habita con su familia. Los destrozos son incalculables, Pablo se encuentra en el interior del apartamento y lo primero que hace es socorrer a su hija Manuela quien perdió un oído a causa del estallido, su primo Gustavo Gaviria (Juan Pablo Raba) intenta reconfortarlo. La escena es narrada en voz en off por el agente de la DEA Steve Murphy (Boyd Hollbrook).

Escena 8: Pablo Escobar reacciona a la muerte de su mejor amigo: su primo Gaviria.

Fragmento de *Escobar, el patrón del mal*. Episodio 61. Temporada 1. (m.39:25 - 41:07). Pablo Escobar (Andrés Parra) irrumpe en la sala de su casa donde toda la familia Escobar Gaviria está viendo el noticiero que anuncia la muerte de su primo Gonzalo Gaviria (Christian Tappan). Iracundo, Pablo estrella el televisor contra el piso, llora a gritos enfrente de su esposa y sus hijos, es reconfortado por su madre Enelia Gaviria (Vicky Hernández) quien lo abraza.

Fragmento de *Narcos*. Episodio 8. Temporada 1. (m.40:32 - 43:18). Hermilda Gaviria (Paulina García), madre de Pablo Escobar (Wagner Moura) intenta consolar a su hijo quien se fuma un cigarrillo en silencio luego de enterarse de la muerte de su primo Gustavo Gaviria (Juan Pablo Raba).

Escena 9: La fantasía presidencial.

Fragmento de *Escobar, el patrón del mal*. Episodio 60. Temporada 1. (m.24:43-25:49). Presionado por el Bloque de Búsqueda, Pablo Escobar (Andrés Parra) escapa a la jungla con un puñado de miembros del Cartel de Medellín. En la jungla, Escobar contrae malaria y busca refugio en la finca de una anciana que lo cuida en la enfermedad, allí, agonizante, tiene una alucinación en la que es el presidente de Colombia.

Fragmento de *Narcos*. Episodio 10. Temporada 2. (m.00:05 - 02:10). Es el primero de diciembre de 1993, día del cumpleaños 44 de Pablo Escobar (Wagner Moura), un día antes de su muerte. Se encuentra escondido en una casa de Medellín acompañado únicamente por El limón (Leynar Gómez), Pablo está soñando, en su sueño es el nuevo presidente de la república de Colombia.

6.3. Técnicas y Procedimientos para la Recolección y Presentación de la Información

Este diseño metodológico consta de dos bloques correspondientes a niveles de análisis complementarios: en el primer bloque utilizaré como principal herramienta el análisis textual, puntualmente utilizaré el *modelo de construcción narrativa desde el protagonista como eje de construcción del relato televisivo* propuesto por Rodrigo Mesonero-Izquierdo (2013) en su tesis doctoral donde analizó la serie *Breaking Bad* desde el personaje de Walter White. En el segundo bloque realizaré un análisis comparativo de mercado y producto partiendo del marco de la *'transducción cultural'* propuesto por Enrique Uribe-Jongbloed y Hernán Espinosa-Medina (2014), esto con el propósito de comprender el proceso de transducción cultural entre las series *Escobar, el patrón del mal* y *Narcos*.

Mckee (2003) define que un texto es algo a lo que le atribuimos significado mediante el proceso de interpretación, puede ser un libro o una telenovela, como también puede serlo una sombrilla o una figura de acción, el autor sostiene que: “la palabra texto conlleva implicaciones post-estructuralistas al pensar sobre la producción de significado” (p.4), por consiguiente, Mckee (2003) define el análisis textual como: “una metodología de recolección de datos para aquellos investigadores que desean comprender los modos en que los miembros de distintas culturas y subculturas crean significado de quienes son, y cómo encajan en el mundo que habitan.” (p.1).

Mckee (2003) destaca las perspectivas ‘*estructuralista*’, ‘*realista*’ y ‘*post-estructuralista*’ para desarrollar un análisis textual. De acuerdo a Mckee (2003), a través de la perspectiva ‘*realista*’: “se busca el texto que represente la realidad con mayor precisión y se juzgan los demás textos en contraste a este” (p.12), desde la perspectiva ‘*estructuralista*’: “se buscan aquellas estructuras que no se observan a simple vista en el texto, pero que se pueden encontrar mediante un entrenamiento especializado” (p.12), mientras que desde una perspectiva ‘*post-estructuralista*’: “se buscan las diferencias entre textos sin asumir que alguno de ellos representa la interpretación correcta” (p.13).

El análisis narrativo es a su vez una forma de análisis textual cuya utilidad trasciende el análisis de la estructura de los textos y permite acercarse a la construcción de significado e ideologías en el interior de los textos (Hansen et al, 1998). Partiendo de la noción de que las narrativas son constructos que creamos para organizar y entender el mundo, Hansen et al. (1998)

sostienen que el análisis narrativo corresponde a: “la examinación de aquellas estructuras específicas en productos audiovisuales que son familiares tanto para los productores como para las audiencias” (p.142). Hansen et al. (1998) explican que los métodos de análisis narrativo empleados comúnmente derivan de dos enfoques distintos: ‘*enfoque sintagmático*’ que está basado en el trabajo formalista de Vladimir Propp y examina el desarrollo secuencial de las narrativas, y el ‘*enfoque paradigmático*’ que emerge del trabajo estructuralista de Lévi-Strauss y considera los patrones de oposición existentes en el interior de las narrativas y cómo estos contribuyen al desarrollo de la historia. Para desarrollar un análisis narrativo de manera correcta es necesario comprender a profundidad los elementos técnicos y simbólicos del proceso de creación de contenidos audiovisuales (Hansen et al, 1998).

La herramienta de análisis narrativo escogida para esta investigación se desprende del modelo de ‘*construcción narrativa desde el protagonista como eje de construcción del relato televisivo*’ propuesto por Rodrigo Mesonero-Izquierdo (2013), la cual utilizaré para realizar un análisis comparativo de las representaciones del personaje de Pablo Escobar en *Escobar, el patrón del mal* y *Narcos*. Dicho modelo es descrito por Mesonero-Izquierdo como

una metodología de trabajo que sirva de guía de análisis a los investigadores a la vez que de elemento aclaratorio a los autores (...) Se trata de una propuesta que va de menos a más, desde la composición psicológica y física del personaje hasta la creación de las estructuras narrativas. De este modo, se abordará el análisis narrativo de las series de televisión desde la génesis de la narración, es decir, desde la construcción del personaje y

posterior elaboración de historias, tramas, temas y demás elementos narrativos que orbitan en torno a éste. (p.101).

En complemento al modelo de *'construcción narrativa desde el protagonista como eje de construcción del relato televisivo'* de Mesonero-Izquierdo (2013), emplearé el marco de la *'transducción cultural'* propuesto por Enrique Uribe-Jongbloed & Hernán Espinosa-Medina (2014). Dicho marco está dividido en cuatro áreas de estudio: *'mercado'*, *'producto'*, *'gente'* y *'procesos'*, en congruencia con los objetivos de esta investigación aplicaré el marco parcialmente, excluyendo las áreas de *'gente'* y *'procesos'*. El área de *'mercado'* será utilizada con el fin de analizar comparativamente el mercado estadounidense en relación al mercado colombiano, y el área de *'producto'* servirá para analizar comparativamente la serie *Narcos* en relación a *Escobar, el patrón del mal*.

El área de *'mercado'* parte de la noción de que los mercados a comparar deben estar enmarcados en alguno de los cuatro tipos de flujo (Uribe-Jongbloed & Espinosa-Medina, 2014), los mercados se definen dependiendo de los elementos compartidos de trasfondo cultural para lo cual se emplea la noción de *'proximidad cultural'* (Straubhaar, 1991), estos conceptos han sido previamente explicados en el marco teórico de la presente investigación. El área de *'producto'* contribuye a definir el tipo de inserción de producto que se presenta, para lo cual se debe determinar la *'compatibilidad'* (La Pastina & Straubhaar, 2005) y el *'descuento cultural'* (Hoskins & Mirus, 1988) del producto a partir del modelo de *'Lagunas y universales culturales'* (Rohn, 2011), conceptos que también han sido previamente explicados en el marco teórico de la presente investigación.

6.4. Fases

6.4.1 Fase previa

En esta fase se determinarán los objetivos concretos del análisis siguiendo lo propuesto por Mesonero-Izquierdo(2013) quien destaca al personaje principal como fuente de todo elemento del relato y lo ubica en el centro de la construcción de las narrativas televisivas, el autor parte de la noción de que un personaje apropiadamente construido: “actúa de un modo determinado, tiene unas preocupaciones determinadas, toma unas decisiones determinadas basado en las experiencias previamente vividas, tiene una visión determinada de la vida, desea una serie de cosas determinadas y reacciona de un modo determinado” (p.101)

El esquema de construcción narrativa desde el personaje propuesto requiere partir del desarrollo de los elementos generales del personaje que corresponden a su universo narrativo, luego se deben describir las características físicas y psicológicas, dando paso a las acciones del personaje y la incidencia de estas en la narrativa. De acuerdo a Mesonero-Izquierdo (2013): “Tema, estilo y género definen el universo narrativo mientras la forma, historia y trama se definen desde el personaje” (p.103).

6.4.2. Fase descriptiva

El modelo de análisis narrativo escogido comprende una observación fragmentada de las series *Escobar, el patrón del mal* y *Narcos*; al tratarse de un análisis comparativo entre dos representaciones distintas de un mismo personaje he seleccionado un conjunto de episodios que narran momentos precisos de la vida de Pablo Escobar Gaviria y que coinciden en ambas series. Los episodios serán segmentados tomando como prioridad las escenas en las cuales aparezca el personaje de Escobar y las secuencias en medio de las cuales se desarrollen las acciones objeto del análisis serán descritas.

6.4.3. Fase interpretativa

En la que se realizará la descomposición en fragmentos de los episodios seleccionados de ambas series para analizar la narrativa de *Escobar, el patrón del mal* y *Narcos*. Se emplearán las categorías propuestas por Mesonero-Izquierdo (2013) en el mencionado modelo que contribuyen al análisis del personaje como individuo, las cuales procedo a explicar:

Categoría 1 - Tema: Definir de lo que realmente trata la narración más allá de las tramas y las acciones que se presentan durante el episodio, los temas de una narración son reflejo de los interrogantes de una sociedad y los valores de los personajes plasmados en la obra. Para definir esta categoría se emplea la clasificación de *los temas presentes en las narrativas* (Parker, 2003):

1. El deseo de justicia. Trata de la reparación o no de una injusticia. La resolución depende del mensaje que quiera transmitir el autor. El deseo de justicia es común a todos los seres humanos. Según Parker, no existe nadie que pueda afirmar no haber sido tratado injustamente alguna vez. **2. La búsqueda del amor.** La lucha del ser humano contra la soledad encontrando el amor. Qué es el amor o cómo se encuentra son mecanismos del autor. **3. La moralidad de los individuos.** Se debe optar entre algo comúnmente definido como bueno y algo malo. **4. El deseo de orden.** El caos existe y se necesita encontrar un orden. Para Parker, este es el tema más recurrente en las narrativas occidentales desde el 11^o S. **5. La búsqueda del placer.** El placer es querido por los seres humanos pero su gozo muchas veces puede ser vetado por los sistemas culturales. **6. El miedo a la muerte.** Cómo enfrentarse ante la muerte, qué hay tras la muerte o su significado enfrentado a la vida. **7. El miedo a lo desconocido o a lo que no podemos conocer.** Tanto a nivel personal como externo. Desde la existencia del alma hasta la visita de extraterrestres. El miedo a no conocer viene por la imposibilidad de recurrir a experiencias previas para afrontar las situaciones. **8. El deseo de aprobación y reconocimiento.** Como ser social, el individuo necesita pertenecer y sentirse integrado en un grupo, ya sea la familia o un club de campo. (citado en Mesonero-Izquierdo, 2013, p.111)

Categoría 2 - Estilo y género: El estilo de la narración es donde se plasma el gusto del autor, en este caso del director del respectivo episodio, para definir el estilo se emplea la clasificación de *estilos fundamentales presentes en todas las narrativas* (Parker, 2003):

1. Naturalismo. Se representa la realidad de un modo creíble pero sin llegar a los elementos desordenados de la misma como las calles sucias o comunicaciones imperfectas. **2. Realismo.** Muestra la vida con toda su crudeza. Caracterizaciones y representaciones lo más reales posibles. **3. Surrealismo.** La realidad como un lugar irreal y distorsionado donde las convenciones no existen. **4. Expresionismo.** Las emociones de los personajes se transmiten a través de la estética, montaje o caracterizaciones. **5. Teatral.** Se trasladan las cualidades de las artes escénicas a la pantalla. Los personajes y la naturaleza de su interpretación predominan sobre el resto de elementos narrativos. **6. Fantástico.** Hacer creíble lo increíble mediante los personajes y los escenarios. Frente a las formas no reales, se presentan caracterizaciones realistas. **7. De observación.** Captar la realidad con un mínimo trabajo de interpretación y montaje. Prácticamente restringido al documental y similares. **8. Impresionista.** Mostrar momentos, impresiones pasajeras de la realidad. Presente en publicidad, vídeos corporativos y momentos climáticos de narrativas de otros estilos. (citado en Mesonero-Izquierdo, 2013, p.113)

El género es la categorización a la cual pertenece el producto que le permite ser agrupado con otros productos, en un mismo episodio pueden evidenciarse una multiplicidad de géneros y estilos dependiendo del director, para definir el género se emplea la clasificación de *los cuatros subgéneros de la ficción* (Gordillo, 2009):

1. Comedia. Contexto de vida cotidiano con personajes unidimensionales que provocan la risa del espectador. Sus modalidades son la satírica, paródica, romántica, costumbrista y familiar, de carácter, de enredo, surrealista, de sketches y burlesca. **2. Drama.**

Desarrollo de temáticas donde las pasiones, los sentimientos y las emociones de los personajes ocupan los primeros planos de la acción. Los conceptos del bien y el mal suelen estar fuertemente caracterizados. Se distinguen cinco tipos de dramas: romántico o melodrama; social; histórico; profesional; cómico o tragicomedia. Éste último también es denominado dramedia. **3. Aventura y acción.** Se distinguen el thriller –focalización en la víctima-, gánster –focalización en el delincuente-, intriga –el espectador sabe más que el protagonista-, suspense –el espectador sabe lo mismo que el protagonista-, policiaco o detectivesco –la investigación de un crimen es el eje narrativo-, judicial –abogados y clientes como protagonistas-, carcelario, acción dentro de una cárcel- y road movies –un viaje como hilo argumental-. **4. Ciencia ficción.** A partir de mundos no reales, se distinguen cinco tipos: fantástica –entornos imaginarios-, ciencia ficción –a partir de especulaciones científicas-, superhéroes –protagonistas con poderes extraordinarios-, terror –monstruos dentro del mundo real- y catástrofes –desastres naturales que provocan la aparición de personajes heroicos-. (citado en Mesonero-Izquierdo, 2013, p.115)

Categoría 2.1 - Universo narrativo: El universo narrativo corresponde a la manera en que estilo y género confluyen con factores estéticos y narrativos: locaciones, tonalidades, vestimentas, lenguaje hacen parte de este universo.

Categoría 3 – Forma: Corresponde a la construcción del relato: esta categoría se divide en 1. focalización, y 2.caracterización y motivaciones del personaje en cuestión.

Categoría 3.1 – Focalización: Se define el rol y tipo del personaje así como su incidencia en la narración del relato, para definir esta categoría se emplea la clasificación de *los tipos de personaje según su esfera de acción* (Propp, 1987):

1. Héroe. El buscador del objeto buscado y elemento focalizador de la narración. Puede ser buscador, si trata de recuperar un objeto, o víctima si él es el objeto de la agresión. **2. Agresor.** El malvado que comete la fechoría, lucha y persigue al héroe. **3. Donante.** Proveedor del objeto mágico que permite al héroe obtener el objeto buscado. **4. Auxiliar.** Ayuda al desplazamiento del héroe, socorre y ayuda a reparar la fechoría. **5. La princesa y su padre.** Objeto buscado y el que manda la prueba al héroe respectivamente. Además de cumplir la función de mandatario, el padre también castiga o manda castigar al falso héroe. **6. Mandatario.** Provoca la partida del héroe. Puede ser hecha por un personaje o por la colectividad a modo de lamento o noticia que se extiende. **7. Falso héroe.** Reacción negativa ante las pruebas del donante y pretensiones engañosas. (citado en Mesonero-Izquierdo, 2013, p.118)

Categoría 3.2: Caracterización, característica y carácter: Se determinan los elementos que constituyen al personaje: vestimenta, temperamento, edad, apariencia y diálogo, aquí se debe describir cómo es el accionar del personaje en cuestión en relación a otros personajes.

3.2.1 Dialogo: Se determina el modo único que tiene el personaje de expresar sus ideas verbalmente, para definir esta categoría se emplea la clasificación de *los cuatro usos del diálogo* (Parker, 2003) y *las siete funciones del diálogo* (Field, 1996).

Philip Parker enumera cuatro usos del diálogo (Parker, 2003: 258-259): **1. El diálogo es parte integral de la imagen.** Aquellas conversaciones o monólogos que están integradas en la imagen. **2. El diálogo proviene de una fuente que no se ve en pantalla.** Si el diálogo es diegético pero la fuente del habla no aparece en cuadro es offscreen o si es extradiégtico [sic] voz en off; un narrador por ejemplo. **3. Fragmentos del discurso.** En la realidad no se habla con frases completas y estructuralmente perfectas. Dudamos, avanzamos, repetimos conceptos pero no hablamos de un modo perfecto. **4. Discurso reproducido.** Desde la reproducción de una radio o televisión hasta la lectura de una carta o un intertítulo en una película muda.

Syd Field distingue siete funciones del diálogo (Field, 1996: 47): **1. Hacer avanzar la historia.** **2. Comunicar hechos e información al público.** **3. Revelar al personaje,** caracterizarlo y mostrar su carácter. **4. Establecer las relaciones entre los personajes.** **5. Comentar la acción.** **6. Relacionar escenas entre sí.** **7. Cohesionar el guión.** (citado en Mesonero-Izquierdo, 2013, p.123)

Categoría 3.3: Motivación: Se definen las motivaciones vitales del personaje: aspiraciones, conflictos y decisiones, Mesonero-Izquierdo (2013) propone cuatro binomios para definir la motivación de un personaje:

1. Material o espiritual. El objeto de deseo del personaje puede ser la obtención de algo espiritual - superar un trauma - o material - conseguir salvar el mundo -. **2. Interna o externa.** La motivación puede venir desde el personaje o creada por el mundo exterior. La motivación externa debe crear una necesidad interna para el personaje para que la historia sea interesante. **3. Consciente o inconsciente.** El personaje puede saber racionalmente lo que quiere y por qué o tener la necesidad de hacer algo sin saber el motivo. El segundo es el caso de Dexter Morgan, en la serie Dexter, quien durante las primeras dos temporadas tiene la necesidad de matar pero sin saber por qué. Más tarde descubrirá el origen de esta motivación. **4. Controlable o incontrolable.** La fuerza de voluntad del personaje o valor del objeto de deseo definen la necesidad del personaje de actuar y correr riesgos para satisfacer la motivación. Cuanto más incontrolable o inevitable sea la motivación, mayor interés y más verosímil será la historia. (p.126)

Categoría 3.3.1: Conflicto: Las motivaciones por las cuales actúa el personaje principal ocasionaran que este entre en conflicto con otros personajes y fuerzas antagónicas quienes ejercen un rol de oposición. Para definir esta categoría se emplea la clasificación de *los tres niveles del conflicto* (Mckee, 2009): **1. Conflictos internos:** Mente, cuerpo y emociones confluyen en este nivel de conflicto, los pensamientos del personaje, ya sean negativos o positivos, sus rencores, miedos, anhelos y culpas representan una fuerza antagónica. **2. Conflictos personales:** Familia, amigos y amantes confluyen en este nivel de conflicto, aquí se pone a prueba el accionar del personaje principal en su entorno inmediato cuando sus motivaciones chocan con las de sus seres más cercanos. **3. Conflictos extrapersonales:**

Sociedad, instituciones y entorno físico confluyen en este nivel de conflicto, el accionar del personaje como miembro de una sociedad y su relación con las fuerzas antagónicas de autoridad y con el espacio que lo rodea definirá si el personaje principal representa una amenaza o un beneficio, el apelativo de *antisocial* se puede aplicar en esta categoría.

7. Presentación de resultados

7.1. Análisis de la construcción narrativa del personaje de Pablo Escobar en las series *Escobar, el patrón del mal* y *Narcos* como protagonista eje del relato televisivo

Las categorías **2. Estilo y género**, **2.1. Universo narrativo** y **3.1. Focalización** no serán incluidas en las tablas debido a que estas se mantienen como constantes a lo largo de ambas series y serán definidas una única vez para cada producto a continuación.

Estilo y género en Narcos.

Cada uno de los episodios de *Narcos* inicia con el siguiente *disclaimer*:

Esta serie de televisión está inspirada en eventos reales. Algunos personajes, nombres, negocios, incidentes y ciertas locaciones y eventos han sido alterados con fines dramáticos. Cualquier similitud con el nombre, la personalidad o historia de cualquier persona es completamente coincidental (Brancato et al, 2015).

El estilo de *Narcos*, de acuerdo a la clasificación de *estilos fundamentales presentes en todas las narrativas* propuesta por Parker (2003), corresponde a el *realismo* debido a que

“muestra la vida con toda su crudeza. Caracterizaciones y representaciones lo más reales posibles” (citado en Mesonero-Izquierdo, 2013, p.113). En lo que respecta a género, *Narcos* pertenece a la categoría de *drama criminal gangster* debido a que relata la historia de “un individuo proveniente de un entorno en desventaja se vuelve millonario y poderoso mediante una vida dedicada al crimen, solo para convertirse en una víctima del mismo mundo criminal que creó su éxito.” (Scaggs, 2005, p.29).

Universo narrativo en Narcos

El universo narrativo de *Narcos* representa una amalgama de estilos e influencias, rasgo característico de las series más exitosas de Netflix. La primera escena del primer episodio de *Narcos* corresponde a una toma aérea de las montañas de Medellín sobre las cuales sobreponen el siguiente texto: “El realismo mágico se define como un entorno realista y detallado que se ve invadido por algo tan extraño que resulta increíble. No por nada el realismo mágico nació en Colombia” (Brancato et al, 2015). La narrativa de la historia está impregnada a propósito con un tono de *verité* que se consigue por medio del intercambio constante que hacen entre el castellano y el inglés.

La estética es heredada de clásicos del cine y la televisión estadounidenses de la década de los ochenta como *Scarface* y *Miami Vice*; las locaciones fluctúan entre Medellín, Bogotá, Miami y distintos escenarios del caribe colombiano; la escogencia de la banda sonora apela a un popurrí pluricultural de sonidos que abarcan desde Fruko y sus tesos, pasando por Soda Stereo hasta Erasure. *Narcos* es una serie de acción con persecuciones, balaceras y explosiones de un complejo despliegue técnico y un alto estándar de producción.

Focalización en Narcos

La serie tiene dos protagonistas: el agente de la DEA Steve Murphy (Boyd Hollbrook) quién narra omnipresentemente gran parte de los hechos en voz en off y funge como hilo conductor del relato, y Pablo Escobar (Wagner Moura) cuyo personaje sufre la evolución más notoria y llamativa de la obra, *Narcos* desarrolla simultáneamente ambos personajes antagónicos.

Según la clasificación de *los tipos de personaje según su esfera de acción* (Propp, 1987), se define al *héroe* como “el buscador del objeto buscado y elemento focalizador de la narración. Puede ser buscador, si trata de recuperar un objeto, o víctima si él es el objeto de la agresión” y al agresor como “el malvado que comete la fechoría, lucha y persigue al héroe”. Steve Murphy y Pablo Escobar, en distintos momentos de la serie se turnan los roles de *héroe* y *agresor*: ninguno de los personajes puede ser considerado unidimensional, ambos tienen un objetivo claro y en la narración son mostrados como víctimas y victimarios.

De acuerdo a Mesonero-Izquierdo (2013), en una narrativa televisiva “todos los personajes giran en torno al protagonista y cada uno de ellos sirve para sacar un aspecto del carácter del primero. Cuanto más alejado del radio de acción del personaje protagonista esté un secundario, menos dimensiones tendrá éste.” (p.125), al contar con dos protagonistas cada uno con motivaciones antitéticas en relación al otro, *Narcos* se permite desarrollar una multiplicidad de personajes secundarios debido a que la narrativa no gravita en torno a un único individuo, es por eso que encontramos personajes secundarios meticulosamente contruidos como es el caso del agente Javier Peña (Pedro Pascal) compañero de Steve Murphy, y Gustavo Gaviria (Juan Pablo Raba) primo, socio y mejor amigo de Pablo Escobar.

Estilo y género en Escobar, el patrón del mal

Cada uno de los episodios de *Escobar, el patrón del mal* inicia con el siguiente mensaje: “Quién no conoce su historia está condenado a repetirla” (Cano & Uribe, 2012), y termina con el siguiente *disclaimer*:

“Escobar, el patrón del mal”. Es una serie de ficción producto de la adaptación libre de “La parábola de Pablo” de Alonso Salazar; de artículos de prensa y de hechos de público conocimiento de la vida nacional. Los hechos históricos rodeados de personajes y diálogos ficticios. Que permiten suplir y recrear situaciones no documentadas. (Cano & Uribe, 2012),

El estilo de *Escobar, el patrón del mal*, de acuerdo a la clasificación de *estilos fundamentales presentes en todas las narrativas* propuesta por Parker (2003), corresponde a *realismo* y en lo que respecta a género, *Escobar, el patrón del mal*, pertenece a la categoría de *drama criminal gangster*.

Universo narrativo en Escobar, el patrón del mal

El universo narrativo de *Escobar, el patrón del mal*, se caracteriza principalmente por una representación realista de la ciudad de Medellín y de la sociedad colombiana durante los años ochenta. La narrativa de la historia está claramente influenciada por la obra que versiona: *La parábola de Pablo* de Alonso Salazar Jaramillo. Al tratarse de un relato histórico sobre el accionar del Cartel de Medellín y su guerra contra el Estado colombiano, la permanente

iconografía nacional y las constantes referencias a fuentes periodísticas y judiciales por momentos le dan un tono documental a la serie, lo cual choca con elementos melodramáticos heredados de la telenovela, formato sobre el cual se construyó la ficción televisiva en Colombia.

El uso del idioma castellano, específicamente del regiolecto antioqueño funciona para sumergir a la audiencia en un lugar y una época determinados, del mismo modo, el uso del parlache y de la jerga *sicaresca* por parte de los miembros del Cartel de Medellín generan una atmósfera realista.

Focalización en Escobar, el patrón del mal

El primer episodio de la serie introduce a Pablo Escobar niño, quién desde pequeño muestra una tendencia a la criminalidad avalada por su madre quién, en una escena le aconseja: “*el día que usted haga algo malo, hagalo bien hecho, no sea tan pendejo de dejarse pillar*”. Pocos minutos después aparece un joven Pablo Escobar de 25 años quién apenas está incursionando en el contrabando, la dimensión ambiciosa del personaje queda definida con la frase: “*voy a hacer un juramento, si de aquí a cinco años yo no tengo un millón de pesos en el bolsillo, me pego un tiro*”. Apenas en el segundo episodio de la serie aparece la figura de Pablo Escobar adulto que es la que se mantendrá a lo largo de la serie; dedicarle un episodio completo al origen del personaje de Pablo Escobar deja claro que este será el protagonista durante el resto de la serie.

Tabla 2: Escena 1 - Pablo Escobar sale victorioso de un retén mientras transporta mercancía de contrabando.

Categoría	<i>Escobar, el patrón del mal</i>	<i>Narcos</i>
-----------	-----------------------------------	---------------

Episodio/Temporada	Episodio. 1/Temporada. 1	Episodio. 1/Temporada. 1
Tema	La moralidad de los individuos.	La moralidad de los individuos.
Caracterización, características y carácter	Pablo Escobar joven (Mauricio Mejía). Lleva ropa deportiva, ligeramente desaliñado y despeinado, no lleva barba ni el icónico bigote. Se mantiene tranquilo y le ofrece a los militares un soborno en lugar de matarlos.	Pablo Escobar (Wagner Moura) lleva una vestimenta casual, camisa a rayas y jean, ligeramente despeinado, tiene bigote. Se mantiene tranquilo, autoritario e intimidante.
Fragmento del diálogo	(m.25:51 - 26:17) Pablo Escobar: Capitán, para que usted pueda hacer todo eso primero tiene que traer 32 choferes porque como le parece que son 32 camiones los que traigo, segundo, tiene que traer el doble de gente para que los puedan descargar, y tercero, yo le recomiendo que pida apoyo por ahí de mil hombres para que nos podamos levantar a plomo entre todos, entonces mire a ver cómo quiere que arreglemos.	(m. 15:35 - 16:32) Pablo Escobar: Señores, les voy a decir quién soy. Yo soy Pablo Emilio Escobar Gaviria, mis ojos están en todos lados. Osea ustedes no pueden hacer una puta sola mierda en el departamento de Antioquia sin que yo me entere. Sí señores, no pueden mover un dedo. Un día yo voy a ser presidente de la República de Colombia. Y bien, me gano la vida haciendo negocios, así que pues fresco. Tranquilo, ustedes pueden aceptar mi negocio o aceptar las consecuencias. Plata o plomo, ustedes eligen.
Uso del diálogo	El diálogo es parte integral de la imagen	El diálogo es parte integral de la imagen
Función del diálogo	Revelar al personaje.	Revelar al personaje.
Motivación	Material, externa, consciente, controlable.	Material, externa, consciente, controlable.
Conflicto	Extrapersonal/Ejército Nacional de Colombia.	Extrapersonal/DAS.

Tabla 3: Escena 2 - Captura y *mugshot* de Pablo Escobar.

Categoría	<i>Escobar, el patrón del mal</i>	<i>Narcos</i>
------------------	-----------------------------------	---------------

Episodio/Temporada	Episodio. 3/Temporada. 1	Episodio. 1/Temporada. 1
Tema	El deseo de justicia	El deseo de justicia
Caracterización, características y carácter	Pablo Escobar (Andrés Parra) lleva una vestimenta informal, camiseta a rayas y jean. Se ve un poco cansado pero siempre tranquilo y sonriente.	Pablo Escobar (Wagner Moura) lleva una vestimenta informal, camisa a rayas, pantaloneta y chancletas, ligeramente despeinado, tiene bigote. Pasa de un estado de ira y frustración a la tranquilidad y la risa.
Fragmento del diálogo	(m.33:44 - 34:01) Pablo Escobar: <i>*sonríe*</i> Gonzalo Gaviria: ¿Yo puedo saber a vos qué es lo que te parece chistoso marica? ¿Entonces por qué salió riéndote hermano?	(m.46:22 - 46:39) Agente Ibarra: ¿está seguro de esto mi coronel?, no para de reírse desde que lo arrestamos Pablo Escobar: <i>*ríe en voz baja*</i> Coronel Herrera: nosotros somos el DAS, Ibarra. ¿Ese marica qué va a hacer o qué?
Uso del diálogo	Fragmentos del discurso.	Fragmentos del discurso.
Función del diálogo	Comentar la acción.	Comentar la acción.
Motivación	Material, interna, consciente, controlable.	Material, interna, consciente, controlable.
Conflicto	Extrapersonal/Policía Nacional de Colombia.	Extrapersonal/Policía Nacional de Colombia.

Tabla 4: Escena 3 - La carrera de Renaults 4.

Categoría	<i>Escobar, el patrón del mal</i>	<i>Narcos</i>
Episodio/Temporada	Episodio. 5/Temporada. 1	Episodio. 6/Temporada. 2
Tema	La moralidad de los individuos	La moralidad de los individuos
Caracterización, características y carácter	Pablo Escobar (Andrés Parra) porta una indumentaria de piloto de carreras. Está ansioso y emocionado al volante del Renault 4, al final de la escena	Pablo Escobar (Wagner Moura) y Gustavo Gaviria (Juan Pablo Raba) llevan ambos indumentaria de pilotos de carreras mientras compiten

	se le ve triunfante.	en una carrera de Renaults 4. Pablo Escobar se mantiene ansioso y molesto mientras Gustavo le gana la carrera y bromea por la radio. Pablo acepta su derrota y se le ve fraternal con su primo.
Fragmento del diálogo	(m.05:55 - 06:00)	(m. 01:20 - 02:01)
	Pablo Escobar: Hágale Gonzalo, hágale Gonzalo, que ese Giraldo es un berraco, saquele las tachuelas ya.	Gustavo Gaviria: Decime una cosa, ¿vos sos marica? Jajajaja. Pablo Escobar: Hijueputa. Gustavo Gaviria: ¿vos qué me ves? Pablo Escobar: Lo veo lentito mijo. Gustavo Gaviria: Cuidado mijo, cuidado, siga pa'delante mijo.
Uso del diálogo	El diálogo es parte integral de la imagen.	El diálogo es parte integral de la imagen.
Función del diálogo	Establecer las relaciones entre personajes.	Establecer las relaciones entre personajes.
Motivación	Espiritual, interna, consciente, incontrolable.	Espiritual, interna, inconsciente, incontrolable.
Conflicto	Personal.	Personal.

Tabla 5: Escena 4 - El primer discurso político de Pablo Escobar.

Categoría	<i>Escobar, el patrón del mal</i>	<i>Narcos</i>
Episodio/Temporada	Episodio 8/Temporada 1.	Episodio. 3/Temporada. 1
Tema	El deseo de aprobación y reconocimiento.	El deseo de aprobación y reconocimiento.

**Caracterización,
características y carácter**

Pablo Escobar (Andrés Parra) lleva una vestimenta sobria, camisa gris y pantalón negro, peinado impecablemente. Se le ve feliz y seguro mientras se dirige al público que lo aclama.

Pablo Escobar (Wagner Moura) lleva una vestimenta informal, camisa a rayas y jean, lleva un peinado soberbio y bigote. Se le ve enérgico y vociferante mientras se dirige al público que lo aclama.

Fragmento del diálogo

(m.15:28 - 17:58)

(m.20:47 - 22:02)

Javier Ortíz: somos la voz de los que no tienen voz, les prometimos y les cumplimos por eso queremos que nos acompañen todos ustedes en las próximas elecciones para la cámara de representantes, ahora los dejo con mi gran amigo y segundo en el renglón Pablo Escobar Gaviria

Público: (vitoreos) ¡Pablo!
¡Pablo! ¡Pablo! ¡Pablo!

Pablo Escobar: ¡Muchísimas gracias! Debo confesarles que yo en ningún momento me habría metido en este mundo de la política a no ser del cariño y el aprecio que recibo de parte de ustedes muchísima s gracias

Público: (vitoreos) ¡Pablo!
¡Pablo! ¡Pablo! ¡Pablo!

Pablo Escobar: primeramente quiero referirme a nuestro jefe político y líder natural, el doctor Luis Carlos Galán Sarmiento, próximo presidente de la república de Colombia. El doctor Galán goza de todo mi cariño, mi admiración y mi infinito respeto. Desde el Movimiento Acción Cívica compartimos integralmente sus ideales morales y sus proyectos de gobierno, cosa bien

Pablo Escobar: estoy cansado de que la gente con poder maneje este país. Esta es una pelea entre la gente con poder y la gente pobre, la gente débil. Y esta lucha acaba de empezar aquí.

Público: (vitoreos) ¡Bravo!

Pablo Escobar: tener poder no significa que uno pueda abusar de los mas pobres, si soy elegido, si mi amigo Jairo es elegido, aquellos que nunca han tenido una voz.

Público: (vitoreos) ¡Bravo!

Pablo Escobar: aquellos que tienen hambre tendrán comida, aquellos que quieren aprender tendrán colegios, y aquellos que tienen sueños verán que no existen límites para lo que puedan lograr. En mí, tienen al amigo que siempre han querido, el amigo de hoy, el amigo de ayer y el amigo de mañana.

Público: (vitoreos) ¡Hurra!

Pablo Escobar: Muchas gracias.

Público: (vitoreos) ¡Pablo!
¡Pablo! ¡Pablo! ¡Pablo!

complicada de lograr en un mundo político tan peligroso y corrupto como el nuestro. ¡Un hurra y un viva por el doctor Luis Carlos Galan Sarmiento!

Público: (vitoreos) ¡Hurra!
¡Hurra! ¡Hurra! ¡Hurra!

Pablo Escobar: ¡Que viva el doctor Galán!

Público: ¡Que viva!

Pablo Escobar: ¡Que viva el doctor Javier Ortiz!

Publico: ¡Que viva!

Pablo Escobar: ¡Muchísimas gracias!

Público: (vitoreos) ¡Pablo!
¡Pablo! ¡Pablo! ¡Pablo!

Uso del diálogo	El diálogo es parte integral de la imagen	El diálogo es parte integral de la imagen
Función del diálogo	Hacer avanzar la historia	Hacer avanzar la historia
Motivación	Material, interna, consciente, incontrolable.	Material, interna, consciente, incontrolable.
Conflicto	Extrapersonal	Extrapersonal

Tabla 6: Escena 5 - El ultimátum al ministro de justicia Rodrigo Lara Bonilla.

Categoría	<i>Escobar, el patrón del mal</i>	<i>Narcos</i>
Episodio/Temporada	Episodio. 11/Temporada 1	Episodio. 3/Temporada. 1
Tema	El deseo de aprobación y reconocimiento	El deseo de aprobación y reconocimiento
Caracterización, características y carácter	Pablo Escobar (Andrés Parra) viste elegantemente, con una chaqueta color marrón claro y	Pablo Escobar (Wagner Moura) viste elegantemente, con una chaqueta color marrón

	una camisa blanca, no lleva corbata. Se ve un poco nervioso y tartamudea durante su discurso, le cuesta respirar entre oraciones.	claro y una camisa blanca, no lleva corbata. Se le ve tenso, con una enorme ira contenida mientras da su declaración.
Fragmento del diálogo	(m.37:45-39:29)	(m.38:15-38:39)
	<p>Pablo Escobar: Quiero informarle a la opinión pública, que el señor ministro de justicia tiene un plazo de 24 horas para que presente las pruebas concretas de la sindicación que me hizo en el día de ayer en la Cámara de Representantes. De lo contrario, voy a proceder a denunciarlo penalmente ante las autoridades y ante la justicia colombiana. Pero, si está dispuesto a renunciar como lo, como lo anunció, que renuncie porque yo estoy dispuesto a presentarme personalmente en el Congreso de la República y a enfrentarme con él para demostrar las acusaciones que ha hecho contra mi personas, y para yo demostrar claramente las acusaciones que se han hecho contra el señor ministro. Precisamente, en este instante les voy a, a exhibir el pasaporte oficial de que les puede demostrar a ustedes, como el gobierno de los Estados Unidos me otorgó la visa para visitar ese país, además soy un visitante asiduo de esa nación. Entonces quiero demostrarles con este pasaporte que el señor ministro de justicia falta a la verdad por segunda vez.</p>	<p>Pablo Escobar: Quiero informar a la opinión pública, que el señor ministro de justicia tiene un plazo de 24 horas para que presente las pruebas concretas de la sindicación que me hizo el día de ayer en la Cámara de Representantes. De lo contrario, voy a proceder a denunciarlo penalmente ante las autoridades y ante la justicia colombiana.</p>
Uso del diálogo	El diálogo es parte integral de la imagen.	El diálogo es parte integral de la imagen.
Función del diálogo	Comunicar hechos e información al público.	Comunicar hechos e información al público.

Motivación	Material, externa, consciente, incontrolable.	Material, externa, consciente, incontrolable.
Conflicto	Extrapersonal/Estado colombiano, ministro de justicia Rodrigo Lara Bonilla.	Extrapersonal/Estado colombiano, ministro de justicia Rodrigo Lara Bonilla.

Tabla 7: Escena 6 - Pablo Escobar financia la toma del Palacio de Justicia.

Categoría	<i>Escobar, el patrón del mal</i>	<i>Narcos</i>
Episodio/Temporada	Episodio. 17/Temporada 1	Episodio. 4/Temporada. 1
Tema	El deseo de justicia	El deseo de justicia
Caracterización, características y carácter	Pablo Escobar (Andrés Parra) lleva una vestimenta casual, se le ve tranquilo y escucha atentamente la propuesta del comandante insurgente.	Pablo Escobar (Wagner Moura) lleva una camisa de rayas y una chaqueta. Habla en tono pausado, tranquilo pero intimidante.
Fragmento del diálogo	<p>(m.10:34-11:47)</p> <p>Fabricio Romero: Pablo, yo necesito aprovechar que usted está aquí porque necesito conversar algo con usted</p> <p>Pablo Escobar: ¿Qué será?</p> <p>Fabricio Romero: Mire, lo que pasa es que a nosotros el gobierno nos está incumpliendo los dialogos de paz, así como le estoy diciendo, nos matan los comandantes, dicen que van a firmar un proceso pero igual nos siguen dando plomo.</p> <p>Pablo Escobar: Entonces usted qué es lo que quiere, ¿quiere que me comuniqué personalmente con el presidente de la república y le haga el reclamo?</p> <p>Fabricio Romero: Pablo, nosotros estamos pensando en</p>	<p>(m.33:47-:)</p> <p>Iván Torres: No pensé que nos volviéramos a encontrar. Lo que me está pidiendo no es fácil, es muy arriesgado y necesitamos armas y gente. Habrá muchas bajas sí, yo entiendo qué es lo que quiere, ¿pero de cuanto estamos hablando?</p> <p>Pablo Escobar: Dos millones de dólares americanos.</p> <p>Iván Torres: Es muy peligroso.</p> <p>Pablo Escobar: toda lucha revolucionaria viene con sacrificio y por supuesto, pues, con peligro, ¿sí o no?, pero a nosotros hermano, nos corresponde seguir con la lucha hasta el final. Ese es un compromiso histórico que tenemos nosotros y no</p>

	<p>hacerle un juicio al presidente de la república, llevarlo frente a la Corte Suprema de Justicia, justo la misma que evalúa el tratado de extradición, justo la misma que decide qué colombiano se queda y que colombiano se va para los Estados Unidos</p> <p>Pablo Escobar: Ustedes se enloquecieron Fabricio, la única manera de que exista, de llevar a juicio al señor presidente De La Cruz es obligandolo</p> <p>Fabricio Romero: Y es precisamente eso lo que vamos a hacer y por eso necesitamos de su ayuda</p>	podemos olvidarlo.
Uso del diálogo	El diálogo es parte integral de la imagen	El diálogo es parte integral de la imagen
Función del diálogo	Hacer avanzar la historia	Hacer avanzar la historia
Motivación	Material, externa, consciente, controlable.	Material, externa, consciente, controlable.
Conflicto	Extrapersonal.	Extrapersonal.

Tabla 8: Escena 7 - Pablo Escobar reacciona al atentado del edificio Mónaco.

Categoría	<i>Escobar, el patrón del mal</i>	<i>Narcos</i>
Episodio/Temporada	Episodio. 36/Temporada. 1	Episodio. 8/Temporada. 1
Tema	El deseo de justicia/El miedo a la muerte	El miedo a la muerte
Caracterización, características y carácter	Pablo Escobar (Andrés Parra) quien no estuvo presente en el apartamento del edificio Mónaco cuando ocurrió el atentado, se encuentra iracundo y solo puede pensar en la venganza que ejecutará contra	Pablo Escobar (Wagner Moura) acaba de sobrevivir a un atentado con carrobomba, se encuentra desaliñado, sangrando y con la ropa llena de polvo. Está triste, preocupado y se siente

Fragmento del diálogo

el Cartel de Cali. Su tono de voz es inestable.

(m.17:25-19:39)

Pablo Escobar:: eso fueron los de Cali, Gonzalo.

Gonzalo Gaviria: ¿quien mas pudo haber sido hombre?, ¿quien mas puede tener poder semejante para ponernos semejante bombazo? casi se nos llevan a la Patico y a los niños huevon.

Fabio Urrea: eh ave maria, pobrecita mi hermanita, hermano. Vos si sos muy de buenas Pablo, vos estás rezao huevón.

Pablo Escobar:: Esos perros malparidos no saben con quién se acaban de meter. Vea Gonzalo yo necesito que se encargue de las finanzas, que se ponga con juicio, yo necesito ahorita los bolsillo llenos. ¿me entiende?

Gonzalo Gaviria: yo me pongo en eso hermano, vos sabes que eso es a lo que me dedico, a hacer dinero. Pero estos perros Pablo, estos perros se van a arrepentir de haberse metido con nosotros huevón. Les vamos a hacer pagar y comerse toda su mierda.

Pablo Escobar:: Fabio usted encarguese de la Patico y de los niños, usted es la única persona en quien yo confio en este momento

Fabio Urrea: Hermano por supuesto.

vulnerable. Silencioso, solo tiene palabras para intentar consolar a su hija.

(m.28:01-29:10)

Steve Murphy: (voz en off) lo que explotó fue un autobomba en la calle de abajo, unos 350 kilos de dinamita. La pequeña Manuela quedó sorda de un oído para siempre.

Pablo Escobar: va a estar bien mi amorcito.

Steve Murphy: (voz en off) En esta guerra, parecía que eran siempre los inocentes los que salían heridos. Para Escobar, la bomba del Mónaco significaba dos cosas: primero, que los policías no eran su problema más grave. Ellos jamás usarían una bomba. Este era alguien nuevo, a quien no le importaba lastimar a su familia.

Gustavo Gaviria: No se preocupe primo. Los vamos a matar a todos.

Steve Murphy: (voz en off) y segundo, y lo que lo volvía más loco, era que, por primera vez en su vida alguien lo había delatado. Y peor aún, no tenía idea de quien había sido.

Gonzalo Gaviria: ¿y vos que vas a hacer Pablo?

Pablo Escobar: estos hijueputas fueron capaces de ponerme a mi una bomba por un petardo, vamos a bombar esos hijueputas

Gonzalo Gaviria: ¿Cómo vamos a armar una bomba de esas dimensiones Pablo?

Pablo Escobar: vamos a hacerlo con la gente de España-

Fabio Urrea: ¿España? ¿Esos no son los mismos del embajador ese de Hungría?

Pablo Escobar: Exactamente, vea los del País Vasco se convirtieron en expertos colocando carros bombas cada vez que quieren criticar al gobierno español por algo. Eso es lo que vamos a hacer.

Uso del diálogo	Fragmentos del discurso.	El diálogo proviene de una fuente que no se ve en pantalla/Fragmentos del discurso.
Función del diálogo	Hacer avanzar la historia/Establecer las relaciones entre personajes.	Hacer avanzar la historia/Establecer las relaciones entre personajes.
Motivación	Material, interna, consciente, incontrolable.	Espiritual, interna, inconsciente, incontrolable.
Conflicto	Extrapersonal.	Extrapersonal.

Tabla 9: Escena 8 - Pablo Escobar reacciona a la muerte de su mejor amigo: su primo Gaviria.

Categoría	<i>Escobar, el patrón del mal</i>	<i>Narcos</i>
Episodio/Temporada	Episodio.61/Temporada. 1	Episodio.8 /Temporada.1

Tema	El miedo a lo desconocido o a lo que no podemos conocer.	El miedo a lo desconocido o a lo que no podemos conocer.
Caracterización, características y carácter	Pablo Escobar (Andrés Parra) estrella un televisor contra el piso, grita y llora desconsoladamente la muerte de su mejor amigo Gonzalo Gaviria.	Pablo Escobar (Wagner Moura) se encuentra cabizbajo, lleva una camisa azul y un jean. Se fuma un cigarrillo de marihuana mirando al horizonte de su enorme hacienda. La soledad es visible.
Fragmento del diálogo	(m.39:25-41:07) Peluche: calmese Pablo. Pablo Escobar: ¡pero cual calmese Peluche, calmese de qué! Usted escucha lo que están diciendo los medios de Gonzalo, siguen manipulando y siguen calumniando a todo el mundo. Gonzalo estaba solo y la policía criminal lo acollarró, el no tuvo ni siquiera chance de defenderse, qué quiere que me calme usted. Patricia Urrea: Gordo, la niña. Pablo Escobar: yo se que la niña está ahí ¿qué hago?, le pedí a usted el favor de que no tuviéramos noticias en la casa no me hable de la niña, y a usted tambien se lo pedí amá, no me responsabilice a mi de la niña. Patricia Urrea: ¡era el tío Pablo! Pablo Escobar: ¡sí era el tío, era mi hermano! Y era mi amigo, y era mi socio, era mi compañero. ¿Y usted qué quiere que este yo? Feliz, cuando yo no puedo <i>*rompe en llanto*</i>	(m.40:32-43:18) Hermilda Gaviria: ¿Cómo va mijo? Pablo Escobar: Yo lo voy a extrañar mucho mamá. Hermilda Gaviria: Cuando tenían nueve o diez añitos, ¿te acuerdas?, cómo corrían con esas bicicletas. Se iban pa'arriba, pa' las montañas y desaparecían. Así pasaban las horas y el día entero, Hombres, los llamábamos, parecíamos locas llamándolos por todas partes, hasta que finalmente aparecían, ave maria hombre. ¿Donde estaban? ¿adonde su fueron mijo?, los regañaba yo. En las montañas ma, más arriba de las nubes tía, decía Gustavo riendose. Pablo Escobar: el, el siempre queria ir más lejos. Hermilda Gaviria: siempre quiso, pero con vos, solo con vos. Pablo Escobar: No se suponía que iba a terminar así.

Enelia Gaviria: Pablo, sueltese el tapón mijo, llore a su hermano. La vida sigue y ahí están sus hijos y usted va a seguir mi amor. Usted tiene que seguir mijo. Llore, llore y grite que está aquí con los que lo queremos, llore mi amor, descanse su corazón, descanse su alma mijo.

Uso del diálogo	Fragmentos del discurso	Fragmentos del discurso
Función del diálogo	Revelar al personaje/Establecer las relaciones entre personajes.	Revelar al personaje/Establecer las relaciones entre personajes.
Motivación	Espiritual, interna, inconsciente, incontrolable.	Espiritual, interna, consciente, incontrolable.
Conflicto	Personal.	Personal.

Tabla 10: Escena 9 - La fantasía presidencial.

Categoría	<i>Escobar, el patrón del mal</i>	<i>Narcos</i>
Episodio/Temporada	Episodio.60 /Temporada. 1	Episodio.10 /Temporada.2
Tema	El deseo de aprobación y reconocimiento.	El deseo de aprobación y reconocimiento.
Caracterización, características y carácter	Pablo Escobar(Andrés Parra) se encuentra feliz, acompañado de su familia. Viste de traje y lleva una banda con los colores de la bandera y el logo del escudo de la república de Colombia. Está soñando.	A Pablo Escobar(Wagner Moura) se le ve dichoso. Se encuentra en la Casa de Nariño, viste de traje y porta una banda con los colores de la bandera y el logo del escudo de la república de Colombia, prende un cigarillo de marihuana y recibe el gabinete de manos de César Gaviria. Está soñando.
Fragmento del diálogo	(m.24:43-25:49) Enelia Gaviria: (voz en off) increíble Pablo querido, lo logró mijo. Pablo Escobar: ¿para qué dice mentiras amá? Cual increíble,	(m.00:05-02:10) Mujer desconocida: (voz en off) ciudadanos de Colombia, recibamos a nuestro nuevo presidente: ¡Pablo Escobar!

si usted siempre me creyó, usted creyó ciegamente en mis capacidades

Público: (vitoreos) ¡Pablo! ¡Pablo! ¡Pablo! ¡Pablo!

Pablo Escobar: Gracias.

Enelia Gaviria: pues sí, eso es verdad, porque usted ha sido distinto, yo sabia que usted iba a llegar mas lejos que todos sus hermanos, que toda la familia, que iba a llegar a esta gloria

Hombre desconocido: ¿Cómo está?

Pablo Escobar: Gracias.

Público: *aplausos*

Pablo Escobar: vea, fijese usted amá, nada mas a mi como me quiere y me respeta la gente

Pablo Escobar: Gracias. Muchas gracias.

Guardia: Siga presidente.

Enelia Gaviria: como no lo van a querer y a respetar si usted es Pablo Emilio Escobar Gaviria, presidente de la republica de Colombia.

Público: (vitoreos) ¡Pablo! ¡Pablo! ¡Pablo! ¡Pablo!

Presidente César Gaviria: toda tuya.

Público: *aplausos*

Pablo Escobar: Gracias.

Gonzalo Gaviria: ¡Pablo despertate ome!

Familia Escobar Gaviria: ¡Felíz cumpleaños a ti! ¡Felíz cumpleaños a ti!

Pablo Escobar: ¿Qué es esto?

Familia Escobar Gaviria: ¡Felíz cumpleaños querido Pablo! ¡Felíz cumpleaños a ti!

Uso del diálogo	El diálogo es parte integral de la imagen.	El diálogo es parte integral de la imagen.
Función del diálogo	Cohesionar el guión	Cohesionar el guión
Motivación	Espiritual, interna, inconsciente, incontrolable.	Espiritual, interna, inconsciente, incontrolable.
Conflicto	Interno	Interno

7.1.1. Incongruencias en la construcción narrativa del personaje de Pablo Escobar en las series Escobar, el patrón del mal y Narcos como protagonista eje del relato televisivo

-Categoría 1 - Tema: Se encontró que los resultados de la categoría **Tema** coincidieron en 8 de los 9 fragmentos seleccionados, la única incongruencia queda evidenciada en los resultados de la ‘**Escena 7:** Pablo Escobar reacciona al atentado del edificio Mónaco.’: en el fragmento correspondiente a *Escobar, el patrón del mal*, seleccionado del episodio 36 de la temporada 1, el resultado a esta categoría fue ‘El deseo de justicia/El miedo a la muerte’, mientras que en el fragmento correspondiente a *Narcos*, seleccionado del episodio 8 de la temporada 1, el resultado a esta categoría fue ‘El miedo a la muerte.’ El fragmento en cuestión de *Escobar, el patrón del mal* se centra en la reacción de Pablo Emilio Escobar Gaviria como estratega: cuando el carrobomba del edificio Mónaco es detonado, Escobar se reúne con sus principales aliados Gonzalo Gaviria y Fabio Urrea para determinar los pasos a seguir como retaliación al Cartel de Cali. Es visible su dolor como padre y esposo luego de que sus hijos y su esposa fueron blanco de un acto de violencia extrema mientras él no estaba presente en el apartamento, a pesar de esto, se mantiene con la mente clara y le asigna la finanzas de su empresa criminal a su primo Gonzalo, quien ya estaba a cargo de estas en un principio y encarga a su cuñado Fabio del cuidado de su familia, mientras tanto, él, motivado por el deseo de justicia, se encargará de crear un vínculo con terroristas del País Vasco con el fin de asegurar que expertos en explosivos sean los delegados de “*bombar a esos hijueputas*” caleños. En contraste, el fragmento en cuestión de *Narcos* se centra en la reacción inmediata de Pablo Escobar quien se encuentra en el interior del complejo habitacional al momento de la explosión, lo primero que hace es correr en busca de su hija Manuela, quien se vio físicamente afectada por el atentado, el

personaje principal se encuentra enmudecido y en lugar de proponer una represalia al Cartel de Cali se le ve adolorido y preocupado, teme ver morir a sus seres queridos en medio de una guerra que él mismo ha ocasionado.

-Categoría 3.2. - Caracterización, característica y carácter: La primera diferencia percibida se encuentra en la ‘**Escena 1:** Pablo Escobar sale victorioso de un retén mientras transporta mercancía de contrabando.’, esto a pesar de que ambas escenas pertenecen al primer episodio de la primera temporada tanto en *Escobar, el patrón del mal* y *Narcos*. El primer episodio de *Escobar, el patrón del mal* se destaca porque tres actores distintos interpretaron a Escobar en tres etapas diferentes de su vida: niñez, juventud y edad adulta, mientras que en *Narcos* se mantuvo el casting de Wagner Moura como único intérprete en el rol protagónico durante los 20 episodios en los que aparece protagoniza Escobar, es Mauricio Mejía quien interpreta a Escobar durante la escena seleccionada correspondiente a *Escobar, el patrón del mal*, el joven Escobar reacciona inicialmente con cierta inseguridad ante el retén militar, este se envalentona apenas cuando llega su jefe ‘El alguacil’ quien representa una especie de figura de autoridad, mientras que en *Narcos*, Pablo Escobar al ser detenido por los oficiales del DAS los intimida desde el primer momento con un discurso en el que termina diciendo “*un día yo voy a ser presidente de la República de Colombia*”, la caracterización de *Escobar, el patrón del mal* muestra a un joven atlético, sin bigote, vestido de ropa deportiva y un poco desaliñado mientras que la caracterización de *Narcos* muestra la imagen de Escobar que se mantendrá durante la mayoría de la serie, un hombre fuerte e intimidante, vestido de camisa, jean y con un bigote prominente. Resulta necesario aclarar que *Escobar, el patrón del mal* nos relata el surgimiento de Pablo Emilio como contrabandista mientras que en *Narcos* el personaje es presentado como el

contrabandista más poderoso de toda la región antioqueña, además *Narcos* inicia relatando la historia de un contrabandista chileno llamado ‘Cucaracha’: “puede darse la posibilidad de que no sea el personaje el primer elemento narrativo en surgir. La idea de una narración puede venir desde la elección de un género, una trama o una forma. Cualquiera que sea el punto de partida, debe llevar al personaje para, tras la creación de éste, iniciar el ciclo de creación narrativa propuesto en el diagrama anterior.” (Mesonero-Izquierdo, 2013, 103).

Otra diferencia destacable se evidencia en los fragmentos correspondientes al análisis de la ‘**Escena 8: Pablo Escobar reacciona a la muerte de su mejor amigo: su primo Gaviria.**’, en la escena correspondiente a *Escobar, el patrón del mal*, el personaje principal reacciona con violencia ante la muerte de su primo Gonzalo Gaviria, descarga toda su ira con su núcleo familiar mientras llora enérgicamente, el temperamento de Escobar en esta escena evidencia una dimensión colérica, mientras que la escena correspondiente a *Narcos* evidencia una dimensión melancólica; un Escobar que fuma mientras es abrazado por su madre quien le cuenta historias sobre su infancia con su primo Gustavo.

-Categoría 3.2.1. - Diálogo: Se encontró que los resultados de la categoría **Diálogo** tuvieron diferencias relevantes en 8 de las 9 escenas seleccionadas. Los diálogos de Pablo Escobar en *Escobar, el patrón del mal* corresponden a un idiolecto donde prima el regiolecto antioqueño, es evidente que el personaje fue construido apuntando a una representación estilizada del estereotipo de hombre antioqueño de clase media, marcados por una dimensión cómica del personaje cuyas intervenciones se pasean entre los chistes y el sarcasmo. En contraste, los diálogos del personaje principal de *Narcos* resultan más metódicos, como si se

tratara de un hombre más interesado en dialogar consigo mismo que en entablar una comunicación con su entorno. Cabe destacar que el uso del *parlache* y la jerga *sicaresca* no se destaca en el personaje de Pablo Emilio Escobar Gaviria en ninguna de las dos producciones; luego de visionar ambas series en dos ocasiones a plenitud puedo afirmar que el uso de argots y jergas callejeras quedaron relegados a los personajes secundarios pertenecientes a los círculos de sicarios del Cartel de Medellín. Los diálogos de Pablo Escobar en *Escobar, el patrón del mal* son en términos generales más extensos que los de su equivalente en *Narcos*, esto se puede deber, en gran parte debido a la diferencia considerable en la cantidad de episodios de cada serie, además, la permanente voz en off del agente Steve Murphy ocupa gran parte del espectro en la producción de Netflix.

-Uso y función del diálogo: Se encontró que los resultados de las subcategoría **Uso del diálogo** y **Función del diálogo** coincidieron en 8 de las 9 escenas seleccionadas, la única incongruencia queda evidenciada en la ‘**Escena 7:** Pablo Escobar reacciona al atentado del edificio Mónaco.’: el resultado de **Función del diálogo** en la escena escogida de *Escobar, el patrón del mal* fue ‘Fragmentos del discurso.’, mientras que el resultado para *Narcos* fue ‘El diálogo proviene de una fuente que no se ve en pantalla/Fragmentos del discurso.’, esto se debe a que una de las características que diferencia enormemente a la narración de ambas obras es la voz en off del agente Steve Murphy en *Narcos* que sirve para cohesionar el guión a lo largo de la serie, esta voz en off aparece precisamente en la escena en cuestión, y se encarga de narrar la situación post-carrobomba mientras la escena transcurre con un Escobar silencioso.

-Categoría 3.3. - Motivación: Se encontró que los resultados de la categoría **Motivación** coincidieron en 8 de las 9 escenas seleccionadas, la única incongruencia queda evidenciada en la ‘**Escena 7:** Pablo Escobar reacciona al atentado del edificio Mónaco.’: el resultado para el fragmento correspondiente a *Escobar, el patrón del mal* fue ‘Material, interna, consciente, incontrolable.’ mientras que el resultado para el fragmento correspondiente a *Narcos* fue ‘Espiritual, interna, inconsciente, incontrolable.’, lo que se evidencia es que el objeto de deseo del Escobar interpretado por Wagner Moura en esta escena proviene de una motivación espiritual, su único interés es ver a su hija recuperada y detener el llanto de su familia, de hecho, quien menciona una eventual venganza es su primo Gustavo Gaviria que se le acerca en medio de los escombros del apartamento y le dice “*No se preocupe primo. Los vamos a matar a todos*”, este fragmento del diálogo del personaje interpretado por Juan Pablo Raba resulta interesante para el análisis pues señala el arco de transformación del personaje principal; Escobar quien desde el primer episodio fue presentado como un individuo impávido se muestra preocupado y temeroso ante la amenaza. En contraste, la escena de *Escobar, el patrón del mal* muestra que el objeto de deseo de Pablo proviene de una motivación material, a pesar del sufrimiento de su familia, su objetivo inmediato es desarrollar un artefacto explosivo lo suficientemente destructivo para vengarse de los miembros del Cartel de Cali.

-Categoría 3.3.1. - Conflicto: Se encontró que los resultados de la categoría **Conflicto** coincidieron en 9 de las 9 escenas seleccionadas.

7.2. *Transducción cultural entre Escobar, el patrón del mal y Narcos*

“¡La única ley que los narcotraficantes no violan, es la ley de la oferta y la demanda!”

Ex-presidente Virgilio Barco Vargas. 44° Asamblea General de la ONU. 1989.

Partiendo del marco de la *‘transducción cultural’*, el análisis para el área de *‘mercado’* toma en consideración la noción de que los mercados a comparar deben estar enmarcados en alguno de *‘los cuatro tipos de flujo audiovisual’* (Uribe-Jongbloed & Espinosa-Medina, 2014), los mercados se definen dependiendo de los elementos compartidos de trasfondo cultural para lo cual se emplea la noción de *‘proximidad cultural’* (Straubhaar, 1991), estos conceptos han sido previamente explicados en el marco teórico de la presente investigación.

En congruencia a la clasificación de *los cuatro tipos de flujo audiovisual* (Uribe-Jongbloed & Espinosa-Medina, 2014) se ha determinado que el mercado estadounidense pertenece a la categoría de *‘mercados centrales’* debido a que se trata de un país líder en la producción audiovisual hegemónica, en contraste, el mercado colombiano pertenece a la categoría de *‘mercados periféricos’* al ser considerado un país que no hace parte del grupo de líderes en producción audiovisual hegemónica. Del mismo modo, dependiendo del tipo de relación comercial que se presente, el mercado estadounidense se puede llegar a enmarcar en dos tipos de flujo: *el flujo de mercados centrales* y *el flujo de mercados centrales a mercados periféricos*, mientras que el mercado colombiano se puede catalogar entre *el flujo de mercados periféricos* y *el flujo de mercados periféricos a mercados centrales*. En el caso de la exportación de *Escobar, el patrón del mal* por parte de Caracol Televisión al mercado estadounidense se presenta una relación de *flujo de mercados periféricos a mercados centrales*, mientras que la

distribución que hace Netflix de *Narcos*, a través del catálogo de la plataforma para Colombia representa un flujo de *mercados centrales a mercados periféricos*.

Luego de haber determinado la categorización de *flujos audiovisuales* para los mercados de los cuales surgen *Narcos* y *Escobar, el patrón del mal*, me remito a Uribe-Jongbloed & Espinosa-Medina (2014) quienes exponen que “los mercados se pueden definir de acuerdo a los elementos culturales que estos comparten en relación a otros mercados” (p.41), estos elementos culturales son: *religión, idioma, historia en común, tratados comerciales e instituciones políticas*, dichos elementos componen lo que se ha conceptualizado como *proximidad cultural* (Straubhaar, 1991, 2007, 2010).

Tabla 11: Análisis de los mercados estadounidense y colombiano

Elemento cultural	Mercado estadounidense	Mercado colombiano
Religión	53% protestantes, 22% católicos, 8% otras religiones cristianas, 13% sin religión, 4% religiones no cristianas. (Langer, 2017).	70.9% católicos, 18.5% otras religiones cristianas, 8.2% sin religión, 0.2% religiones no cristianas, el 2.2% no saben en qué creer. (Beltrán, 2012).
Idioma	No tienen idioma oficial. El inglés es el idioma mayoritario de facto, y el Español es hablado por un buen porcentaje de la población .	De acuerdo al Artículo 10 de la Constitución Política de Colombia: “El castellano es el idioma oficial de Colombia. Las lenguas y dialectos de los grupos étnicos son también oficiales en sus territorios. La enseñanza que se imparta en las comunidades con tradiciones lingüísticas propias será bilingüe.” (Asamblea Nacional Constituyente, 1991).
Historia en común	Estados Unidos estableció relaciones diplomáticas con Colombia en 1822, después de su independencia de España (...) La política estadounidense respalda los esfuerzos del gobierno colombiano para fortalecer sus instituciones democráticas, promover el respeto a los derechos humanos y el estado de derecho, fomentar el desarrollo socioeconómico, atender las necesidades humanitarias inmediatas y poner fin a las amenazas a la democracia planteadas por el narcotráfico y el terrorismo. (Oficina de Asuntos del Hemisferio Occidental, 2016).	
Tratados comerciales	Estados Unidos es el mayor socio comercial de Colombia. El Acuerdo de Promoción Comercial entre los Estados Unidos y Colombia, que entró en vigor en mayo de 2012, tiene como objetivo mejorar el entorno de inversión, eliminar los aranceles y otras barreras a las exportaciones de EE. UU., expandir el comercio y promover el crecimiento económico en ambos países. Las principales exportaciones de EE. UU. a Colombia incluyen petróleo, maquinaria, productos agrícolas y productos químicos orgánicos. Las importaciones primarias de EE. UU. provenientes de Colombia incluyen petróleo crudo, oro, café y flores cortadas. Aproximadamente 250 empresas de EE. UU. realizan operaciones en Colombia. La inversión directa de EE. UU. en Colombia se concentra principalmente en los sectores de la minería y la manufactura. (Oficina de Asuntos del Hemisferio Occidental, 2016).	
Instituciones políticas	Estado Federal.	República Presidencialista.

Gaumont Television, con sede en Los Ángeles, California, es la división estadounidense de la francesa Gaumont, la compañía cinematográfica más antigua del mundo fundada en 1895 (Abel, 1994). Fue comisionada por Netflix para encargarse de la producción de *Narcos* y crear un producto estadounidense, específicamente californiano, que posteriormente ha sido distribuido a nivel mundial por medio del catálogo global de *Netflix Originals*. *Narcos* es una serie compuesta por tres temporadas de 10 episodios cada uno con una duración promedio entre 45 y 55 minutos, la primera temporada fue lanzada en el tercer trimestre del año 2015, la segunda en el tercer trimestre del año 2016 y la tercera en el tercer trimestre del año 2017, se espera que la cuarta entrega de la serie sea estrenada durante 2018.

En el caso de *Narcos*, no es coincidencia que la extravagante vida de Pablo Emilio Escobar Gaviria haya encontrado espacio en una compañía en esencia poco convencional: “Netflix ha entrado a un territorio que lo separa de las estructuras tradicionales de producción, distribución y diseño de marca” (Jenner, 2016, p.258). El éxito de *Narcos* en el mercado estadounidense representa un ejemplo claro de cómo un relato localizado en un momento y lugar histórico específicos en América Latina se convierte fácilmente en un producto de consumo global; la serie alcanzó un rating en Estados Unidos de 30’810.002 durante 2016 (Parrot Analytics, 2016b).

Escobar, el patrón del mal, es una producción colombiana que en un principio fue diseñada para consumo doméstico, y que ha sido exportada a distintas plataformas y distribuidoras a nivel internacional. *Escobar, el patrón del mal* fue emitida por primera vez en el mercado colombiano durante el año 2012 en un formato de serie episódica: 113 episodios con un promedio de 45 minutos de duración. A nivel mundial ha sido distribuida la versión Caracol

Internacional de la serie, la cual podemos encontrar en el *box set* de DVD's comercializado, así como en los catálogos de Netflix de aquellos países en los que se encuentra disponible, como es el caso del catálogo para Colombia en la actualidad. Esta versión está compuesta por 74 episodios de 45 minutos de duración, 39 episodios de la versión original fueron excluidos; aunque el motivo por el cual Caracol Internacional decide recortar el número de episodios se desconoce, una suposición puede apuntar a que los episodios excluidos pueden ser considerados irrelevantes para el desarrollo de la historia de Pablo Escobar que es el principal atractivo para las audiencias internacionales a la hora de consumir este producto en específico.

La serie *Escobar, el patrón del mal* resultó exitosa en varios países, incluyendo México y Estados Unidos, donde problemáticas como el narcotráfico, la drogadicción, la violencia entre carteles, el sicariato y la llamada “*guerra contra las drogas*” hacen que la relación de la audiencia con las *narco-narrativas* sea profunda: “mientras la industria audiovisual se vuelve globalizada exponencialmente, la relación entre lo global y lo local se vuelve cada vez más importante” (Mikos & Perrota, 2012, p.84). La popularidad de *Escobar, el patrón del mal* en los Estados Unidos fue rotunda, durante su premiere por Telemundo se calculó un rating de 2.2 millones de audiencia, posicionándose como el segundo estreno más exitoso en la historia de la cadena, siendo únicamente superada por otra *narco-narrativa*: *La Reina del Sur*, además representó el estreno de Telemundo más exitoso en redes sociales, generando 5.8 millones de interacciones en Twitter y un millón de interacciones en Facebook (Tv By The Numbers, 2012).

Escobar, el patrón del mal es un producto diseñado para el mercado colombiano que gozó de éxito local y viajó al mercado estadounidense, mientras que *Narcos* es un producto diseñado para el mercado estadounidense que ha tenido gran popularidad en Estados Unidos y

viajó al mercado colombiano. Retomando lo postulado en el marco de la *'transducción cultural'*, el análisis para el área de *producto* contribuye a definir el tipo de inserción de producto que se presenta, para lo cual se debe determinar la *'compatibilidad cultural'* (La Pastina & Straubhaar, 2005) y el *'descuento cultural'* (Hoskins & Mirus, 1988) a partir del modelo de *'Lagunas y universales culturales'* (Rohn, 2011), conceptos que también han sido previamente explicados en el marco teórico de la presente investigación.

Tabla 12: Aplicación del modelo de Lagunas y universales culturales a *Narcos* y *Escobar, patrón del mal*

Lagunas y universales culturales	Relación Narcos/Mercado colombiano	Relación Escobar, el patrón del mal/Mercado estadounidense
---	---	---

Laguna de contenido	No se evidencia.	No se evidencia.
Laguna de capital	1- Dualidad idioma castellano/inglés. 2- Un protagonista brasileño interpretando a un personaje icónico de la historia colombiana. 3- Casting internacional con actores extranjeros interpretando a colombianos de la vida real.	1- Idioma original castellano, uso del parlache. 2- Humor derivado del idioma. 3- Desconocimiento o desinterés en profundizar sobre la historia reciente colombiana. 4- Poca familiaridad con el sistema político colombiano.
Laguna de producción	1- Historia colombiana narrada en tercera persona mediante voz en off por un actor estadounidense que interpreta a un agente de la DEA. 2- Estructura episódica de apenas 10 episodios. 3- Exotización del uso de drogas y de violencia explícita. 4- Banda sonora anglosajona.	1- Dialogos extensos. 2- Serie melodramática con elementos narrativos heredados del formato telenovela. 3- Banda sonora folclórica.
Universal de contenido	1- Drama criminal gangster. 2- Historia de superación personal. 3- El viaje del antihéroe. 4- Celebridad criminal. 5- Flagelo del narcotráfico.	1- Drama criminal gangster. 2- Historia de superación personal. 3- El viaje del antihéroe. 4- Celebridad criminal. 5- Flagelo del narcotráfico.
Universal creado por la audiencia	1-Magnetismo de la figura de Pablo Escobar. 2- Fascinación por las narco-narrativas y la narco-cultura.	1-Magnetismo de la figura de Pablo Escobar. 2-Fascinación por las narco-narrativas y la narco-cultura.
Universal creado por la compañía	No se evidencia.	No se evidencia.

La vida de Pablo Escobar representa un documento histórico sobre una de las épocas más violentas de Colombia, a pesar de que la serie *Narcos* es consumida en el mercado colombiano,

algunos sectores de la audiencia la han reconocido como un ataque a la identidad nacional, además de compararla constantemente con *Escobar, el patrón del mal*. Sobre esto es importante resaltar que “temas de identidad tales como lenguaje, tradición, creencias y ubicación geográfica se mantienen fundamentales en el sentido de identidad de la mayoría de las personas” (Uribe-Jongbloed & Espinosa-Medina, 2014, p.26).

Las críticas a *Narcos* en Colombia, contrastan con la popularidad de *Escobar, el patrón del mal*, además de ser uno de los productos de exportación más exitosos de Caracol Televisión, esta ha contribuido al crecimiento de la compañía en el mercado de las OTT: “dentro de los puntos destacados, la serie Pablo Escobar, el patrón del mal, se convirtió en la primera serie en español en llegar a iTunes y la primera licenciada por Netflix a nivel mundial.” (Caracol Televisión, 2016, p.26). La serie sobre la vida Pablo Escobar se ha transformado en la producción insignia de la compañía en mercados internacionales:

Cabe [sic] la pena mencionar el éxito internacional de la serie “Escobar, el patrón del mal”, que per-mitió [sic] llegar a mercados donde antes no habíamos estado y con la que se alcanzaron registros históricos de ventas internacionales. A la fecha, la serie ha vendido 5.500.000 dólares, sin contar negociaciones en curso. Además, se ha hecho merecedor de diferentes reconocimientos por parte de organismos internacionales, quienes la catalogaron como una gran serie. Entre ellas fue seleccionada como uno de los 50 mejores programas que han cambiado la industria de la televisión mundial por The (W)it list, realizada por la comunidad MIPTV y MIPCOM, ferias de im-portante [sic] renombre en este campo. (Caracol Televisión, 2013, p.29)

El consumo mutuo de las respectivas series exportadas sobre Pablo Escobar en ambos países evidencia una *proximidad cultural* existente entre el mercado estadounidense y el mercado colombiano, lo cual se explica gracias a los elementos culturales compartidos. En lo que respecta a religión, tanto Colombia como Estados Unidos poseen una mayoría cristiana, en ambos países el conjunto de religiones cristianas supera el 80%. Con relación al idioma, el castellano es el idioma oficial en Colombia, mientras que Estados Unidos no tiene un idioma oficial y sí tiene una comunidad hispanohablante con un gran poder adquisitivo y con una clara tendencia a consumir productos en su idioma, lo cual se evidencia en el éxito de productos como *Escobar, el patrón del mal* en el mercado estadounidense. En lo que respecta a historia en común, tratados comerciales e instituciones políticas, es importante resaltar que, excluyendo el fallido Tratado Herrán-Hay de 1903 y la posterior separación de Panamá, las relaciones bilaterales colombo-estadounidenses han sido económica, política y militarmente bastante colaborativas. Estados Unidos tiene un aliado en América Latina, y Colombia encuentra en Estados Unidos una potencia amiga; el consumo de productos estadounidenses en Colombia, así como la cantidad de Colombianos que viven en Estados Unidos también representa una cercanía comercial.

El hecho de que *Narcos* supere en audiencia a *Escobar, el patrón del mal* en Estados Unidos, y que una gran parte de la audiencia colombiana tenga una postura crítica negativa frente a *Narcos* evidencia un '*descuento cultural*' sufrido por ambas producciones al ser exportadas. A pesar de que ambas series cuentan la vida de Pablo Escobar, las '*lagunas de capital*' asociadas a factores como el uso del idioma, el casting, la historicidad y el estilo del humor, sumados a '*lagunas de producción*' ligadas a uso de formatos, estructuras narrativas y escogencia de bandas sonoras, inciden en las audiencias a la hora de elegir qué versión de la historia consumir y creer.

En contraste, el éxito innegable de ambas producciones en los respectivos mercados en cuestión, dan muestra de que ambas series poseen una característica de '*compartibilidad cultural*': elementos '*universales creados por la audiencia*' como el magnetismo de la figura de Pablo Escobar y la fascinación por las *narco-narrativas* y la *narco-cultura*, sumado a '*universales de contenido*' como la creciente popularidad global del género *drama criminal gangster*, la historia de superación personal que vivió Pablo Escobar y su viaje como antihéroe, así como su condición de celebridad criminal, nos colocan frente a dos productos que han traspasado fronteras y que de una u otra manera han contribuido a difundir narrativas sobre un personaje nefasto que marcó la historia de Colombia y del mundo.

8. Discusión

Los resultados del análisis sobre la construcción narrativa del personaje de Pablo Escobar en las series *Escobar, el patrón del mal* y *Narcos* como protagonista eje del relato televisivo, y los resultados del análisis sobre el proceso de *transducción cultural* entre *Escobar, el patrón del mal* y *Narcos*, dejan expuestas diferencias acentuadas en dos productos audiovisuales que narran una época violenta de la historia reciente de Colombia. En discusiones recientes encontramos desde la academia y desde los medios de comunicación, distintas posturas con respecto a los productos culturales que parten de la figura de Pablo Escobar para desarrollar una narrativa. En esta investigación se optó por un enfoque post-estructuralista con el fin de analizar los textos comparativamente, evitando asumir una postura frente *Narcos* o *Escobar, el patrón del mal* como lecturas correctas o incorrectas de la realidad.

Sánchez (2017) argumenta que *Escobar, el patrón del mal* aprovecha las distintas facetas de la vida del fallecido narcotraficante debido a que la historia del personaje se construye desde la infancia y concluye la muerte violenta del mismo, lo cual demuestra que “el centro de la narración es entonces aquí un personaje con existencia histórica” p.42). A lo afirmado por Sánchez, agrego, que luego de analizar la focalización de la serie de Caracol Televisión, queda evidenciado que al construir desde la infancia al personaje de Pablo Escobar, este se convierte en eje del relato televisivo, mientras que en *Narcos* se ve eclipsado por el rol co-protagonico del agente Steve Murphy; las incongruencias en elementos de construcción narrativa del personaje como la caracterización y la extensión de los dialogos en escenas que recrean momentos similares de su historia lo demuestran.

Una dura crítica hacia *Narcos* fue expuesta por Britto (2016) quien cuestiona la representación pasiva de la sociedad colombiana en *Narcos* así como el rol salvador de la DEA, llegando a afirmar que: “los creadores de *Narcos* han secuestrado y bombardeado la historia, y luego la han mezclado y remendado en miles de piezas, eventos y personajes, todo en nombre de la licencia artística y la búsqueda de nuevos mercados” (p.177). Sobre lo expuesto por Britto, desarrollo que el rol de Steve Murphy como hilo conductor de la narrativa y su perpetua voz en off obligan a darle una mayor relevancia narrativa a la DEA y al Gobierno de los Estados Unidos como actores del conflicto, mientras que en la producción de Caracol Televisión, al ser Pablo Escobar el eje del relato televisivo, la lucha del Estado colombiano contra el líder del Cartel de Medellín adquiere una mayor relevancia.

El análisis de construcción narrativa desde el personaje ha demostrado que, al equilibrar el protagonismo de *Narcos* entre Pablo Escobar y un agente estadounidense de la DEA, la serie de Netflix tiende a una representación unidimensional de la sociedad colombiana en la que priorizan una dimensión victimizada de la misma. Esta es una diferencia marcada en relación a *Escobar, el patrón del mal*, un ejemplo de esto se puede ver en las representaciones del rol de la prensa colombiana en ambas series: en la producción de Caracol Televisión, el personaje de Guillermo Cano Isaza (Germán Quintero) director del diario El Espectador, juega un rol crucial en la lucha de la sociedad civil contra Pablo Escobar Gaviria, y su asesinato a manos de sicarios del Cartel de Medellín representa uno de los puntos más emotivos en la cohesión del relato, contrario a esto, en la serie de Netflix, el personaje de Cano es apenas mencionado en una escena de la primera temporada.

Una postura favorable hacia *Narcos* es la que expone Sandra Borda, quien argumenta que un sentimiento nacionalista sesgado habita en una gran parte de la sociedad colombiana ocasionando que las producciones extranjeras sobre Pablo Escobar sean mal recibidas por la audiencia:

Una cosa es que alguien en la casa diga que somos narcotraficantes, que nos autocritiquemos y nos demos látigo a nosotros mismos, y nos demos muy duro por ser una sociedad permisiva con la delincuencia y demás, y otra cosa muy distinta es que lo haga un extranjero, en eso hemos sido siempre muy sensibles, y fijese que cada vez que pasa, se acordará del incidente en el mundial de fútbol, del chistecito pues de las rayas, sale todo el mundo en una ola de indignación enorme a exigirle a la cancillería que haga su trabajo mandando una nota y diciendo que hay que respetar al pueblo colombiano, y

que estas cosas no se hacen (...) esa doble actitud continúa siendo un tanto hipócrita, digamos, no puede ser que haya espacios en los que construyamos esa identidad y nos aprovechemos de los procesos de construcción de esa identidad, y que no dejemos que los otros digan exactamente lo mismo que estamos diciendo nosotros. (Cablenoticias T.V. & Revista Semana, 2017, m.3:15 - 4:20)

Una postura neutral sobre los productos culturales que narran la vida de Pablo Escobar es la que expone González (2011) quien sostiene que a pesar de que las narrativas construidas sobre el narco “fracasan y paradójicamente terminan ensalzando y alimentando la leyenda que envuelve a Escobar” (p.80), representan una oportunidad para debatir el flagelo del narcotráfico públicamente debido a que “la controversia que genera la gran cantidad de textos sobre la violencia y el narcotráfico en Colombia facilita los diálogos acerca de esta realidad y reabre heridas sobre los sucesos históricos y trágicos del momento” (p.84).

En adición a lo expuesto por González (2011), es relevante destacar que las *narco-narrativas* sobre Pablo Escobar son cada vez más populares y han abierto el camino para adaptar la vida de otros miembros del Cartel de Medellín así como a otros narcotraficantes de distintos carteles, razón tiene Salazar (2012) al afirmar que “se equivocan quienes piensan que Pablo es el principio y el fin del traqueteo” (p.49). Sobre la vida de Griselda Blanco, se están produciendo tres proyectos distintos en simultáneo: dos películas y una serie de televisión, además *Alias J.J.* (2017) la serie sobre ‘Popeye’ ha puesto al ex-sicario en la mira de audiencias internacionales. A esto sumemosle que la tercera temporada de *Narcos* dejó atrás la historia del Cartel de Medellín para centrarse en Jorge Salcedo, quien es interpretado por el actor sueco Matias Varela; en lugar

de un antihéroe como Pablo Escobar, este personaje encarna el conflicto de un ciudadano colombiano que ve su vida amenazada por la violencia del narcotráfico y hace una contribución al destronamiento de los capos del Cartel de Cali.

9. A manera de conclusión: por una conceptualización de la narco-celebridad

“¿Habría en el mundo, siglo XX, un criminal ciudadano, no un jefe de estado, no Hitler, no Stalin, que haya llegado a los niveles de criminalidad de Pablo Escobar?”

Ex-ministro de Gobierno Fernando Cepeda Ulloa. *Semana en Vivo*. 2017.

En el año 2016, el influyente Kanye West, rapero, celebridad y esposo de Kim Kardashian, lanzó su muy anticipado, y posteriormente aclamado álbum, *The Life Of Pablo*, el portal especializado Genius.com recoge una entrevista en la que West es interrogado sobre a cual Pablo se refiere el título de su álbum y esta fue la respuesta que entregó:

¿Que cual Pablo? Pablo Picasso, Pablo Escobar por supuesto, y el apóstol San Pablo de Tarso. San Pablo fue el más importante influenciador del Cristianismo. Pablo Escobar fue el más grande distribuidor de producto, y Pablo Picasso fue el más grande distribuidor de arte plástico. Y esa mezcla entre mensaje, arte y producto es *The Life Of Pablo*. (Heal, 2016).

Pablo Emilio Escobar Gaviria, es recordado en Colombia como el mayor exportador de cocaína en la historia del país, aún después de muerto sigue siendo el enemigo público número uno de la nación. Su visión de la vida no era la de un narcotraficante común y corriente, asus

actos modificaron las estructuras sociales de nuestro país, él no solo traficaba con cocaína, Escobar traficaba con almas: “se diferenció entre su gremio porque, además de ser un próspero narcotraficante, convirtió la muerte en un inigualable instrumento de poder, en un gran negocio y en el sino de su vida” (Salazar, 2012, p.19). Su figura representa el triunfo de la corrupción y la banalidad narco, el epítome de la ostentación traqueta; hay quienes lo odian por el hombre que fue, y hay quienes lo veneran porque anhelan llegar a ser como él: “las diversas imágenes fabricadas por los medios de Pablo Escobar tras su muerte reiteran el carácter productivo del mito, es decir, continúa continuando. El imperativo ético deja de ser un impedimento y varias lecturas son posibles.” (Vasconcelos, 2012, p.36).

El personaje de Pablo Escobar ha aparecido tanto en películas como en series y telenovelas, le han dedicado una amplia variedad de canciones, ha sido mencionado en un gran número de novelas y memorias, inclusive ha aparecido en videojuegos; la influencia de Escobar no se limita a las artes audiovisuales y a la literatura, su imagen se ha convertido en un icono del marketing; su rostro es el nuevo equivalente a la cara del ‘Che’ Guevara, a Pablo Escobar lo encontramos en tatuajes, pinturas, comics, portalápices, estampado en camisetas, agendas, mugs, juguetes, folletos promocionales de paquetes turísticos, etcétera.

A pesar de tratarse de un individuo que llegó a representar un peligro para la humanidad, Pablo Escobar es objeto de fanatismo y admiración en algunos círculos. De acuerdo a Penfold-Mounce (2009) las industrias culturales representan una oportunidad para difundir historias de criminales y convertirlas en relatos fascinantes debido a que estas:

proveen una estructura en la cual no existen límites, regulaciones o restricciones respecto a quien se convierte en celebridad, permitiendo que inclusive el crimen y los criminales sean celebrados (...) para que un individuo se transforme en celebridad debe estar conectado con el público, tanto a los individuos como a la colectividad (p.63)

Como ya se explicó en el marco teórico de la presente investigación, Penfold-Mounce (2009) clasifica la celebridad criminal en cuatro categorías: *'bandido social'*, *'héroe criminal'*, *'exhibicionista del bajo mundo'* y *'criminal inicuo'*, es necesario empezar resaltando que ninguno de estos conceptos basta para categorizar la figura de Pablo Escobar. Partiendo de las definiciones propuestas por Penfold-Mounce, el líder del Cartel de Medellín no encaja en una única categoría y resulta necesario recurrir a dos de los cuatro conceptos mencionados, estos son: ***'bandido social'*** y ***'criminal inicuo'***.

Es principalmente la categoría de *'bandido social'* la que lo convierte en una celebridad que genera un fenómeno de *'resonancia'* en sus seguidores: “resonar es ir un paso más allá de la identificación, el individuo no solo se siente conectado a algo o alguien, el individuo se siente estimulado a generar una respuesta o interacción” (p.64), y es que cuando Escobar desarrolló su proyecto de viviendas de interés social denominado *'Medellín sin tugurios'* se ganó el cariño y el respeto de una comunidad de personas que tradicionalmente habían vivido en la miseria, quienes nunca se imaginaron que un día aparecería un millonario a regalarles una casa. El apelativo de *'Robin Hood Paisa'* así como las anécdotas que sustentan las representaciones de Escobar como amante de los animales, padre de familia cariñoso y esposo atento lo convierten en una celebridad que aun después de su muerte ha llegado a tener una gran influencia en sus seguidores: “resonancia en relación a celebrar la criminalidad puede producir unidad colectiva a

un nivel psicológico y ha sido cultivada por la industrias culturales que emplean el crimen y la criminalidad como entretenimiento” (p.74).

Al rol de *'bandido social'* ejercido por Escobar en Colombia, se refiere Sandra Borda en el episodio *'¿Por qué crece con el tiempo la Pablo-Escobar-Manía?'* del programa *Semana en Vivo*:

Lo que para una gente es un criminal que se tomó el estado, que agredió, que victimizó, para otra gente era un Robin Hood. Esa es la disonancia enorme que tenemos nosotros como sociedad, que en aquellos lugares adonde el Estado no llegó, en aquellos lugares adonde la educación no llegó, en aquellos lugares donde todos los privilegios con los que cuenta un porcentaje muy limitado de la población, que casualmente es la que tiene los viajes morales más altos, a esos lugares adonde no llegó eso, son los lugares adonde llegaron figuras de poder que significaban provisión de servicios, y eso era lo que era Pablo Escobar. (Cablenoticias T.V. & Revista Semana, 2017, m.17:24 - 18:02)

Independientemente del culto existente en torno a Pablo Escobar en distintos sectores de la sociedad colombiana, así como el fanatismo existente alrededor de su figura a nivel mundial, reducir a una categoría de *'bandido social'* a un hombre reconocido por ser el mayor exportador de cocaína de la historia, orquestar magnicidios, masacres y atentados terroristas, resulta bastante impreciso.

Por otro lado, la categorización como *criminal inicuo* también es aplicable al caso de Escobar; pues se trató de un criminal que desató una guerra civil en su ciudad, dinamitó aviones

en pleno vuelo, asesinó políticos respetados y ciudadanos ilustres, además le otorgó licencia a miles de sicarios para ejercer prácticas de violencia y crueldad, lo que hizo que se ganara el odio y la repulsión de una buena parte de la humanidad. A pesar de esto, ubicar a Pablo Escobar exclusivamente en una categoría de *'criminal inicuo'* sería pasar por alto el *fandom* que existe en torno a su figura, pues lo estaríamos agrupando con otras celebridades criminales que pertenecen a la categoría de *criminal inicuo* como Luis Alfredo Garavito alias *'La Bestia'* y Pedro Alonso López *'El monstruo de las Andes'* cuyas leyendas reposan silenciosamente en la infamia y no son objeto de culto, fascinación ni consumo en ninguna esfera.

En vista de la dificultad evidenciada para catalogar a Pablo Emilio Escobar Gaviria dentro de una única categoría de *celebridad criminal* previamente construida, he decidido proponer la conceptualización de la categoría de *'narco-celebridad'* de la siguiente manera: *"toda aquella celebridad criminal cuyo reconocimiento provenga de actividades asociadas al narcotráfico"*. La característica de *'narco-celebridad'* es localmente construida y, por lo tanto, las diferencias de construcción de *'narco-celebridad'* dependen del mercado esperado, lo cual explica las diferencias de construcción narrativa del personaje de Pablo Escobar en *Narcos* y *Escobar, el patrón del mal*, dado que son dos productos en principio dirigidos a mercados y audiencias distintas. El concepto que propongo no es excluyente de otras conductas criminales asociadas al individuo que ostente el estatus de *'narco-celebridad'*, como es el caso de Pablo Escobar quien además de ser un narcotraficante, se le atribuyen otros crímenes como asesinato y un terrorismo.

Esta categoría podrá ser utilizada con el fin de agrupar el conjunto de celebridades criminales que se construyen a partir de narcotraficantes de la vida real, como es el caso de

Joaquín ‘*El chapo*’ Guzmán, Amado Carrillo alias ‘*El señor de los cielos*’, Los hermanos Ochoa, Gonzalo Rodríguez Gacha alias ‘*El mexicano*’, Frank Lucas y George Jung. La ‘*narco-celebridad*’ también abarca aquellos célebres narcotraficantes surgidos de la ficción como Tony Montana (*Scarface*), Walter White y Gustavo ‘Gus’ Fring (*Breaking Bad*), Saul Silver (*Pineapple Express*) y Nancy Botwin (*Weeds*). Además, esta categoría se puede emplear para agrupar a miembros o colaboradores de carteles que no necesariamente son reconocidos como capos o patrones, pero que son asociados al negocio de la droga, como es el caso de Barry Seal, piloto estadounidense que trabajó para el Cartel de Medellín y Jhon Jairo Velásquez alias ‘*Popeye*’, sicario del Cartel de Medellín.

Además de representar un aporte a la discusión sobre *celebridad criminal* y un punto de partida para futuras discusiones sobre la relación de las audiencias y el *drama criminal gangster*, el concepto de ‘*narco-celebridad*’ representa una iniciativa desde el lenguaje para agrupar a individuos como Pablo Escobar resaltando que el estatus de celebridad que ostentan está ligado a una práctica criminal global, y no a otros factores, como por ejemplo, su nacionalidad.

“If you want to hang out, you’ve got to take her out. Cocaine.

If you want to get down, down to the ground. Cocaine.

She don’t lie, she don’t lie, she don’t lie. Cocaine”

Eric Clapton

10. Bibliografía

Abel, R. (1998). *The ciné goes to town: French cinema, 1896-1914*. Berkeley: University of California Press.

Álvarez, G. (1995). La cultura del narcotráfico. *Revista Número* (7), 16.

Alsina, C. (14 de diciembre de 2016). *Más de uno*. Madrid: Radio Onda Cero.
Recuperado de http://www.ondacero.es/programas/mas-de-uno/audios-podcast/entrevistas/juan-manuel-santos-no-hace-dano-acercar-a-los-presos-etarras_201612145851022f0cf2554e8b496700.html

Altman, R. (1999). *Film/Genre*. Londres: British Film Institute.

Amaya, H. (2014). The Dark Side of Transnational Latinidad: Narcocorridos an the Branding of Authenticity. En Dávila, A. & Rivero, Y. (Eds). *Contemporary Latina/o Media*. (pp. 223-242) New York: New York University Press.

Arango, M. (1988). *Impacto del narcotráfico en Antioquia*. Editorial JM.

Asamblea Nacional Constituyente. (1991). *Constitución Política de Colombia*. Bogotá: LEGIS.

Bahamón, P. (2009). *Forma de vida colombiana en los corridos prohibidos*. (Tesis de maestría). Recuperada de https://www.academia.edu/25619282/FORMA_DE_VIDA_COLOMBIANA_EN_LOS_CORRIDOS_PROHIBIDOS

Beltrán, M. W. (2012). Descripción cuantitativa de la pluralización religiosa en Colombia. *Universitas humanística*, (73), 201-237. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Benavides, O. H. (2009). *Drugs, thugs, and divas: telenovelas and narco-dramas in Latin America*. Austin: University of Texas Press.

Beauregard, L. (2015). ¿Por qué no hay narcos en las telenovelas mexicanas? *El país*. Recuperado de: https://elpais.com/cultura/2015/11/13/actualidad/1447377644_136768.html

Betancourt, D. (1998). *Mediadores, Rebuscadores, Traquetos y Narcos. Valle del Cauca 1890-1997*. Bogotá: Ediciones Antropos.

Beutler, R. (2016). *Evolution of Broadcast Content Distribution*. Springer.

Bogazianos, D. (2012). *5 Grams: Crack Cocaine, Rap Music and The War on Drugs*. New York: New York University Press.

Brancato, C., Newman, E., & Padilha, J. (2015-2016). *Narcos*. Estados Unidos: Gaumont Television.

Britto, L. (2016). Car Bombing Drug War History: How the hit Netflix series *Narcos* echoes the DEA's version of events, distorting—and commodifying—the rise of Colombia's drug economy. *NACLA Report on the Americas*, 48(2), 177-180

Cablenoticias T.V., & Revista Semana. (2017). ¿Por qué crece con el tiempo la Pablo-Escobar-Manía? *Semana en Vivo*. Bogotá: Cablenoticias T.V. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Vl2AFyT9HQg>

Cano, C., & Uribe, J. (2012). *Escobar, el patrón del mal*. Bogotá: Caracol Televisión.

Cano, M. (2015). The War on Drugs: An Audience Study of the Netflix Original Series *Narcos*. *Undergraduate Student Research Awards*. 24.

Caracol Televisión. (2013). *Informe de gestión 2012*. Bogotá: Caracol Corporativo. Recuperado de <http://www.caracoltvcorporativo.com/system/files/documentos-corporativos/INFORME%202012.pdf>

Caracol Televisión. (2016). *Informe de gestión 2015*. Bogotá: Caracol Corporativo. Recuperado de http://www.caracoltvcorporativo.com/system/files/documentos-corporativos/informe_de_gestion_CARACOLTV_2015_final.pdf

Caracol Televisión. (2017). *Informe de gestión 2016*. Bogotá: Caracol Corporativo.

Recuperado de

<http://www.caracoltvcorporativo.com/system/files/Informe%20de%20Gesti%C3%B3n%20Caracol%20Televisi%C3%B3n%202016.pdf>

Castañeda, L. S. (2005). El parlache: resultados de una investigación lexicográfica. *Forma y función*, (18). pp-74-101

Clancy, T. (1989). *Clear and present danger*. New York: Putnam.

Creeber, G. (2015). *The television genre book*. (3ra. ed). London: British Film Institute.

Demme, T., Stillerman, J., & Leary, D. (2001). *Blow*. Estados Unidos: New Line Cinema.

Doherty, T. (1999). *Pre-Code Hollywood: Sex, Immorality, and Insurrection in American Cinema, 1930-1934*. Columbia University Press.

EFE. (2017). Investigan asesinato de productor de la serie 'Narcos' de Netflix. *El país*. Recuperado de <http://www.elpais.com.co/mundo/investigacion-asesinato-de-productor-de-la-serie-narcos-de-netflix.html>

Fajardo, S. (29 de octubre de 2016). Medellín vs. 'Narcos'. *The New York Times*. Recuperado de <https://www.nytimes.com/es/2016/10/29/medellin-vs-narcos/?mcubz=3>

Fernández, J. (05 de marzo de 2017). Juan Pablo Escobar: 'Recibo mensajes a diario de jóvenes que quieren ser como mi papá'. *El Periódico de Catalunya*. Recuperado de <http://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20170305/juan-pablo-escobar-las-narcoseries-convierten-a-mi-padre-en-un-heroe->

Feuer, J. (1992). Genre Study and Television. En Allen, R (Ed.) *Channels of Discourse, Reassembled* (pp. 104-120). Londres: Routledge.

Gardner, E. (07 de diciembre de 2015). Netflix' Ted Sarandos Teases Interest in Launching Sports League. *The Hollywood Reporter*. Recuperado de <http://www.hollywoodreporter.com/news/netflix-ted-sarandos-teases-interest-845548>

Giraldo, J. (2017). 'Superman vs. El Patrón'. *Inmarcesible Stories*. Recuperado de: https://www.vice.com/es_co/article/ywgjbj/comic-colombia-pablo-escobar-superman-pambele-jaime-garzon

Gonzalez, J. (2011). Pablo Escobar, ese hombre. Narrativa y mitología del capo del narcotráfico. *Latin American Literary Review*, 39(77), 80-100

Gordillo, I. (2009). *La hipertelevisión: géneros y formatos*. Quito: CIESPAL

Green, P. (2015). Cocainenomics: La Organización. *Wall Street Journal Custom Studios*. Recuperado de: <https://www.wsj.com/ad/cocainenomics-es>

Gutiérrez, A. (18 de octubre de 2016). Con Pablo Escobar, Netflix conquista el mundo. *Revista Arcadia*. Recuperado de <http://www.revistaarcadia.com/noticias/articulo/el-exito-economico-de-netflix-y-narcos/57119>

Hansen, A., Cottle, S., Negrine, R., & Newbold, C. (1998). *Mass communication research methods*. Estados Unidos: NYU Press

Heal, M. (21 de abril de 2016). Kanye West explains what “The Life Of Pablo” means. *Genius*. Recuperado de <https://genius.com/a/kanye-west-explains-what-the-life-of-pablo-means>

Hernández, M. (2014). La banalidad del mal y el rostro contemporáneo de su ideología en una teleserie del narcotraficante Pablo Escobar en Colombia. *Intersticios sociales*, (8), 1-21

Jara, P. (2013). *Pájaros negros, el heavy metal chileno*. Santiago: Ediciones B Chile.

Jenner, M. (2016). Is this TVIV? On Netflix, TVIII and binge-watching. *New Media & Society*, 18 (2). (pp. 257-273) United States: SAGE

Langer, G. (2017). Poll: Most Americans Say They’re Christian. *Analysis*. Nueva York: Abc News.

Lira-Hernández, A. (2013). El corrido mexicano: un fenómeno histórico-social y literario. *Contribuciones desde Coatepec*, 24. (pp. 29-43).

Lotz, A. D. (2014). *The television will be revolutionized*. New York: NYU Press.

McKee, A. (2001). A Beginner's Guide to Textual Analysis. *Metro Magazine: Media and Education Magazine*, 127/128. (pp. 138-149) Australia: ATOM

McKee, A. (2003). *Textual analysis: A beginner's guide*. Estados Unidos: SAGE.

Mesonero-Izquierdo, R. (2013). *Análisis narrativo de la serie de ficción estadounidense "Breaking bad": el protagonista como eje de construcción del relato televisivo*. (Tesis doctoral). Recuperada de <http://abacus.universidadeuropea.es/handle/11268/2486>

Mikos, L., & Perrota, M. (2012). Travelling style: Aesthetic differences and similarities in national adaptations of *Yo soy Betty, la fea*. *International Journal of Cultural Studies*, 15 (1). (pp. 81 – 97) Estados Unidos: SAGE.

Miller, J. (2010). Ugly Betty goes global: Global networks of localized content in the telenovela industry. *Global Media and Communication*, 6 (2). (pp. 198-217) United States: SAGE.

Mittell, J. (2001). A cultural approach to television genre theory. *Cinema Journal*, 40 (3), 3-24. Estados Unidos: University of Texas Press.

Neal, S. (2000). *Genre and hollywood*. Londres: Routledge.

Oficina de Asuntos del Hemisferio Occidental. (2016). *Fact Sheet*. Washington D.C.: Departamento de Estado de los Estados Unidos.

Organización de las Naciones Unidas. (1989). Discurso del Presidente Virgilio Barco a la 44 Asamblea de las Naciones Unidas. *44° Asamblea General de las Naciones Unidas*. Viena: ONU.

Orozco, G., & Vassallo, M. (2013). *Memoria social y ficción televisiva en los países Iberoamericanos: OBITEL 2013*. Porto Alegre: Editora Meridional.

Orozco, G., & Vassallo, M. (2016). *(Re)invención de géneros y formatos de la ficción televisiva: OBITEL 2016*. Porto Alegre: Editora Meridional.

Osorio, M. (18 de enero de 2014). 1989: año para tener en la memoria. *El Espectador*. Recuperado de <http://www.elespectador.com/noticias/nacional/1989-ano-tener-memoria-articulo-469466>

Oxford Dictionaries. (2017). *English*. Recuperado de <https://en.oxforddictionaries.com/definition/notorious>

Parrot Analytics. (29 de agosto de 2016a). Top 10 Most In-Demand Shows in the US (August 21 – 27, 2016). *Insights*. Recuperado de <https://www.parrotanalytics.com/news/top-10-most-in-demand-shows-in-the-us-august-21-27-2016/>

Parrot Analytics. (12 de septiembre de 2016b). Top 10 Most In-Demand Shows in the US (September 4 – 10, 2016). *Insights*. Recuperado de <https://www.parrotanalytics.com/news/top-10-most-in-demand-shows-in-the-us-september-4-10-2016/>

Parrot Analytics. (17 de agosto de 2017). Digital Original Series Global Demand Report Q2 2017. *Whitepapers*. Recuperado de <https://cdn.parrotanalytics.com/wp-content/uploads/2017/08/Global-Digital-Originals-Demand-Report-Q2-2017.pdf>

Penfold-Mounce, R. (2009). *Celebrity culture and crime: The joy of transgression*. Springer.

Redacción El Espectador. "Escobar, el patrón del mal" triunfó en los India Catalina. (24 de febrero de 2013). *El Espectador*. Recuperado de <http://www.elespectador.com/caracol-televison/escobar-el-patron-del-mal-triunfo-los-india-catalina-articulo-406574>

Rincón, O. (2013). Todos llevamos un narco adentro. *Matrices*, 7(2), 01-33

Roa, A. (2014). *Girls: Una voz de una generación*. (Tesis de maestría). Recuperada de <http://hdl.handle.net/10584/7402>

Rodríguez, A. (2014). Regresar a casa: análisis de la primera temporada de *Homeland* (Michael Cuesta, 2011). *Anagramas*, 13 (25). (pp. 21-31) Colombia: Universidad de Medellín.

Rohn, U. (2011). Lacuna or Universal? Introducing a new model for understanding cross-cultural audience demand. *Media, Culture & Society*, 33(4), 631-641

Rojas-Sotelo, M. L. (2014). Narcoaesthetics in Colombia, Mexico, and the United States: Death Narco, Narco Nations, Border States, Narcochingadazo?. *Latin American Perspectives*, 41(2), 215-231

Ryan, W. F. (1993). The genesis of the techno-thriller. *The Virginia quarterly review*, 69(1), 24.

Salazar, A. (2012). *La parábola de Pablo*. Bogotá: Editorial Planeta Colombiana.

Sanchez, R. (2017). La ficción televisiva como recurso para la deliberación sobre el pasado. *Revista Luciérnaga-Comunicación*, 8(16), 38-47

Scaggs, J. (2005). *Crime fiction*. Psychology Press.

Shaw, R. (2017). *Extreme Teams: Why Pixar, Netflix, Airbnb, and Other Cutting-Edge Companies Succeed Where Most Fail*. AMACOM.

Solano, V. (2016). La ostentación traqueta: una lectura literaria de la apoteosis social del narcotráfico en Colombia. *Tenso Diagonal*, 1, 178-202.

Sotomayor, D. (2014) *Imaginarios de la representación mediática de Pablo Escobar en la serie "Escobar: el patrón del mal" un modelo narrativo: Revisión de la construcción de Pablo Escobar en la serie de televisión y su diálogo con el hecho "Real"* (Tesis de maestría). Recuperada de <http://www.bdigital.unal.edu.co/46313/1/280140.2014.pdf>

Storey, J. (2015). *Cultural theory and popular culture: An introduction*. Routledge.

Tasker, Y. (2016). Sensation/investigation: crime television and the action aesthetic. *New Review of Film and Television Studies*, 14(3), 304-323

Touryalai, H. (15 de septiembre de 2015). Watching Netflix's *Narcos*? Here's Pablo Escobar In Forbes' First-Ever Billionaire Issue In 1987. *Forbes*. Recuperado de <https://www.forbes.com/sites/halahtouryalai/2015/09/15/watching-netflixs-narcos-heres-pablo-escobar-in-forbes-first-ever-billionaire-issue-in-1987/#28c8428d4369>

Turnbull, S. (2010). Crime as entertainment: The case of the TV crime drama. *Continuum*, 24(6), 819-827.

Tv By The Numbers. (2012). Telemundo Media's 'Pablo Escobar, El Patron del Mal' Averages Nearly 2.2 Million Total Viewers. *Press Releases*. Recuperado de <http://tvbythenumbers.zap2it.com/press-releases/telemundo-medias-pablo-escobar-el-patron-del-mal-averages-nearly-2-2-million-total-viewers/>

Uribe-Jongbloed, E., & Espinosa-Medina, H. D. (2014). A clearer picture: Towards a new framework for the study of cultural transduction in audiovisual market trades. *Observatorio (OBS*)*, 8(1), 23-48

Uribe-Jongbloed, E., & Espinosa-Medina, H. D. (2017). Introducción a la transducción cultural. *Palabra Clave*, 20(3)

Vasconcelos, R. (2012). Mito e imagem em The Memory of Pablo Escobar. *Lumen et Virtus*, 3(6), 25-38

Vidal, J.M. (2017). Francisco, en la patria de los narcos. *El Mundo*. Recuperado de <http://www.elmundo.es/internacional/2017/09/09/59b41a94ca474162448b45d7.html>