

INTERSTICIOS SOCIALES

Año 9 - Núm. 17 - Marzo-agosto de 2019

ISSN 2007-4964



INTERSTICIOS SOCIALES

Año 9 - Núm. 17 - Marzo-agosto de 2019

ISSN 2007-4964



El Colegio de Jalisco

Asociados numerarios

- Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología
- Gobierno del Estado de Jalisco
- Universidad de Guadalajara
- Instituto Nacional de Antropología e Historia
- Ayuntamiento de Zapopan
- Ayuntamiento de Guadalajara
- El Colegio de México, A. C.
- El Colegio de Michoacán, A. C.
- Subsecretaría de Educación Superior-SEP

Presidente Javier Hurtado González

Secretario general Roberto Arias de la Mora

© Intersticios Sociales

Año 9, número 17, marzo-agosto 2019

Publicación semestral de El Colegio de Jalisco

Con domicilio en 5 de Mayo, núm. 321, colonia Centro

C. P. 45100, Zapopan, Jalisco

www.coljal.edu.mx

Director Francisco Javier Velázquez Fernández

Editora Cristina Alvizo Carranza

Diseño editorial Rosario Ivonne Lara Alba

Diseño original y apoyo técnico Julio Almaraz Ortiz

Corrección de textos Rafael Uribe Morfin

Traductor Paul Kersey

Información y correspondencia

Tel. +52 (33) 36 33 26 16, ext. 109

Correo electrónico intersticios.sociales@coljal.edu.mx

Página web www.intersticiosociales.com

Reserva de derechos al uso exclusivo ante el Instituto Nacional de Derechos de Autor, núm. 04-2012-041814570400-203

ISSN-e: 2007-4964

Derecho de uso

Se permite la reproducción, publicación, transmisión, difusión en cualquier modo o medio de cualquier parte del material contenido en el archivo (únicamente texto sin imágenes) sin alterar o modificar el original, con fines de referencia y/o reproducción académicos o educacionales, con excepción de los personales o comerciales, citando la fuente de referencia y otorgando el crédito correspondiente al autor y al editor.

La responsabilidad de los artículos es estrictamente personal de los autores. Son ajenas a ella, en consecuencia, tanto la revista como la institución que la patrocina.



INTERSTICIOS **IS** SOCIALES

Año 9 - Núm. 17 - Marzo-agosto de 2019

ISSN 2007-4964



CONTENIDOS

Presentación

Francisco Javier Velázquez Fernández
Cristina Alvizo Carranza 5

Reflexión Teórica

Hacia una gestión educativa bioaprendiente:
otros giros epistémicos desde nuevas semánticas
Faber Andrés Alzate Ortiz
Luz Mery Chaverra Rodríguez 9

Espacios sociales a debate

La colonia Guerrero 1942-1979, procesos de arraigo
y permanencia a través de las cualidades sociales del
espacio de Simmel
Cristina Tamariz Estrada 27

Reflexiones sobre la importancia de la noción de clase social
en los estudios del consumo. La relación de los jóvenes
con las e-compras en México
Karla Teresa Camacho Rodríguez 59

La inclusión social de las personas con discapacidad
en el sistema turístico del Centro Histórico de la Ciudad
de México: diseño de un modelo sistémico de innovación
Edmundo Omar Matamoros Hernández
Ricardo Tejeida Padilla
Oswaldo Morales Matamoros 79

Sección general

La construcción de la legitimidad en torno al cargo
de capitán general en Sonora, 1842-1856
Edna Lucía García Rivera 105
Evaluación del Seguro de Desempleo
de la Ciudad de México (2007-2016)
Estrella Denisse Loa Aguirre
Jesús Rubio Campos 131

Nodos, actores y discursos en la generación
de alternativas alimentarias locales en Quintana
Roo y Yucatán, México, 2000-2016

Rocío García Bustamante
María Amalia Gracia 175

Las madres solteras universitarias: redes
de apoyo social e identidad materna
Rosa María Huerta Mata 203

¿Siguen operando los Aparatos Políticos
en los gobiernos municipales de México?
Antonio Cádiz Cota 233

Fascinación por el poder: consumo y apropiación
de la narcocultura por jóvenes en contextos
de narcotráfico
América Tonantzin Becerra Romero
Diego Armando Hernández Cruz 259

Reseñas

Luis Ignacio Sáinz y Jorge González Aragón. El territorio
y sus representaciones. Lecturas filosóficas, geográficas y urbanísticas,
presentación de Salvador Vega y León, prólogo de Carlos
Luis Arturo González y Lobo. México: Universidad
Autónoma Metropolitana, 2015, p. 283, ils.

Angélica Peregrina 287

Renée de la Torre y Patricia Arias (coordinadoras).
Religiosidades trasplantadas. Reconstrucciones religiosas en nuevos
escenarios transnacionales. Tijuana: El Colegio de la Frontera
Norte, Juan Pablo Editores, 2017.

Arely Medina 291




Resumen del artículo

Fascinación por el poder: consumo y apropiación de la narcocultura por jóvenes en contextos de narcotráfico


Fascination with power: consumption and appropriation of narcoculture among young people raised in contexts of drug-trafficking

América Tonantzin Becerra Romero
Universidad Autónoma de Nayarit, México
americabr01@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0003-3955-0643>

Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco

Diego Armando Hernández Cruz
Universidad Autónoma de Nayarit, México
dejavurocker@hotmail.com

 <https://orcid.org/0000-0002-6697-4495>

Estudiante del Doctorado en Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Nayarit

Recibido: 29 de marzo de 2018

Aceptado: 26 de junio de 2018

Resumen

El trabajo expone el consumo y la apropiación de narcocorridos y narco series por jóvenes que se forman en contextos de pobreza y tráfico de drogas en el estado de Nayarit. Mediante una encuesta y grupos de enfoque se observó que a ellos les agradan estos productos porque encuentran diversión, acción y emoción. En especial, les atraen las representaciones que se hacen del poder en el mundo narco ya que, desde su perspectiva, a través de este recurso es posible tener de manera rápida dinero, lujos y personas a su disposición; pero sobre todo, permite ser visibles y alcanzar una posición social dominante. Por ello los narcocorridos y narco series pueden llegar a

Palabras clave:

jóvenes, narcocultura, apropiación cultural, poder.



SECCIÓN GENERAL

FASCINACIÓN POR EL PODER: CONSUMO Y APROPIACIÓN DE LA
NARCOcultura POR JÓVENES EN CONTEXTOS DE NARCOTRÁFICO
América Tonantzin Becerra Romero y Diego Armando Hernández Cruz

259

Intersticios Sociales
El Colegio de Jalisco
marzo-agosto, 2019
núm. 17
ISSN 2007-4964

alentar el ingreso o la permanecer en el narcotráfico a jóvenes que desean salir de la marginación.

Abstract

This paper discusses the cultural consumption and appropriation of *narcocorridos* and *narco TV series* (i.e., songs and programs that tend to glorify drug-trafficking and drug-traffickers) among young people raised in contexts of poverty and drug-trafficking, specifically in Nayarit, western Mexico. Research was based on applying questionnaires and organizing focus groups. Results show that young people tend to consume cultural products of this kind because they provide diversion, action and emotion but, more importantly, that they are attracted by the representations of power in the *narco* world. In their view, this power allows people to obtain money and luxuries, control others and, above all, provides social visibility and a dominant social position. As a result, *narcocorridos* and *narco TV series* can exert a strong influence on young people with an ardent desire to emerge from conditions of marginalization and vulnerability to gain social recognition, and son can encourage them to enter, or remain in, that *narco* world of drug-trafficking.

Keywords:

young people, narcoculture, cultural appropriation, power.

El aumento de escenas de violencia en México en la última década, ha servido como plataforma para la creación y difusión de numerosos productos mediáticos vinculados con el mundo del tráfico de drogas, sobre todo por las industrias culturales¹ dedicadas a la ficción.

Personajes como La Reina del Sur, El Señor de los Cielos o Pablo Escobar se han hecho famosos en la sociedad mexicana a partir de la difusión de sus hazañas en novelas, corridos, series televisivas o películas. Su popularidad radica en que representan a personas que proceden de entornos de pobreza e injusticia y llegan a ser poderosos gracias a su osadía para transitar por el mundo del narcotráfico; pero principalmente, por ser triunfadores al transgredir el orden social y actuar desde la ilegalidad, a la vez que evidencian la corrupción y la ineficacia del Estado.

Estas construcciones culturales son parte del fenómeno social denominado como narcocultura. Sus primeras manifestaciones se ubican en los años cuarenta a través de corridos que hablaban del tráfico de drogas; pero, fue hasta los setenta cuando se consolidó en México.²

Se puede considerar a la narcocultura como un vasto conjunto de elementos simbólicos que conforman una visión del mundo del narcotráfico y permiten su difusión, reproducción y legitimación. En la actualidad se despliega en una variedad de formas: música, literatura, cine, series de televisión, arquitectura, religión, artes plásticas, videojuegos, comics, lenguaje y vestimenta. Además, mezcla aspectos de la cultura popular con los del hiperconsumo capitalista, que tienden a exaltar la opulencia, transgresión, impunidad y el poder; por lo tanto, no solo constituyen expresiones estéticas, sino también éticas.³

José Manuel Valenzuela plantea que en ella se pueden encontrar “códigos de conducta, metáforas y apotegmas que definen las prácticas colectivas, estilos de vida y formas de relación de quienes participan en el narcomundo”.⁴

- 1 En este trabajo el término de industrias culturales se asocia a las empresas de producción y comercialización en gran escala, de servicios y bienes culturales destinados a los mercados de consumo a través de los cuales se difunden contenidos simbólicos y significados específicos.
- 2 Jorge Alán Sánchez Godoy, “Procesos de institucionalización de la narcocultura en Sinaloa”, *Frontera norte* 21.41 (enero-junio de 2009), disponible en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pi_d=S0187-73722009000100004&lng=es&tlng=es (consultado el 20 de agosto de 2017).
- 3 Una revisión más amplia del concepto de narcocultura y de los estudios vinculados a este fenómeno social se encuentra en América Tonantzin Becerra Romero, “Investigación documental sobre la narcocultura como objeto de estudio en México”, *Culturales* 6.e349 (mayo de 2018), disponible en <https://doi.org/10.22234/recu.20180601.e349> (consultado el 1 de junio de 2018).
- 4 José Manuel Valenzuela Arce, *Jefe de jefes: corridos y narcocultura en México* (Tijuana: El Colegio de la Frontera Norte, 2003), 223.

5 Anajilda Mondaca y Gloria Cuamea “La apropiación de la música sobre narcotráfico: un tejido de significaciones e imaginarios juveniles”, en *Libro de Actas del XIII Congreso Internacional Ibercom, Comunicación, Cultura y Esferas de Poder, 29 al 31 de mayo de 2013* (Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela, 2013), 2412, disponible en http://www.academia.edu/17442125/La_apropiación_de_la_música_sobre_narcotráfico_un_tejido_de_significaciones_e_imaginarios_juveniles (consultado el 10 de septiembre de 2017).

6 En los estudios sobre narcotráfico y narcocultura es frecuente la referencia al mundo narco o nacomundo, en este trabajo se emplean para aludir al conjunto de prácticas vinculadas a la producción, distribución, venta y consumo de drogas las cuales integran simbolismos, códigos, valores y normas asentadas en la ostentación, derroche, transgresión, ilegalidad y violencia extrema, y configuran un particular modo de vida.

7 Por cautela se omitieron de manera intencional los datos específicos del lugar donde se realizó la investigación, del plantel escolar y de la comunidad escolar.

8 John Thompson, *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación* (Barcelona: Paidós, 2003).

9 Becerra, “Investigación documental...”, 1-39.

Para Mondaca y Cuamea dichos códigos “responden a un modo de entender el mundo, la legalidad, la vida, la muerte, la violencia, y se objetivan en prácticas sociales de uso, de apropiación y de consumo”.⁵

El análisis del consumo y apropiación de expresiones de la narcocultura es relevante ya que permite entender las formas en que se comparten valores, creencias y comportamientos, y se generan imaginarios vinculados al mundo narco.⁶ En el contexto mexicano, con marcadas diferencias socioeconómicas y de exclusión, puede despertar interés y admiración en diversos grupos sociales, sobre todo en sectores juveniles que están en la búsqueda de reconocimiento, aceptación e inclusión social.

Este documento presenta los resultados de una investigación orientada a analizar los procesos de consumo y apropiación de contenidos de la narcocultura por jóvenes, en cuyo contexto social se reconoce la presencia del tráfico de drogas.

Para realizar el estudio se seleccionaron a jóvenes estudiantes de una escuela preparatoria ubicada en una localidad de Nayarit con alto grado de marginación y en la cual se han registrado enfrentamientos entre bandas del crimen organizado y operativos militares contra el narcotráfico.⁷ Una visión superficial llevaría a pensar que ellos, por formarse en este tipo de entornos, se identificarían de manera automática con los contenidos de la narcocultura; sin embargo, autores como John Thompson señalan que los procesos de consumo y apropiación son diferenciados y complejos.⁸ Esto no solo implica la posibilidad de identificarse o no con dichos contenidos, sino que exista una diversidad de significados.

La revisión bibliográfica permitió observar que es limitada la producción científica relativa a la narcocultura; además, la mayoría consiste en el análisis de contenidos de corridos, series televisivas, películas y novelas vinculadas al tráfico de drogas. Los trabajos sobre su apropiación por las audiencias, especialmente por los jóvenes, es insuficiente.⁹

Jóvenes, narcocultura y narcotráfico

Hablar de jóvenes implica referirse a una construcción social cuya definición depende de condicionantes histórico-sociales y relacionales, de ahí la necesidad de reconocer su carácter diverso y cambiante. José Manuel Valenzuela ha señalado que las juventudes no son campos autocontenidos o esencialistas, sino que se forman mediante la articulación con otras áreas de la realidad que también le dan sentido a la condición juvenil y recrean su significado.¹⁰

En comparación con generaciones anteriores, en la conformación actual de las identidades juveniles se atenúa el papel de las instituciones tradicionales o hegemónicas entre ellas la escuela, el trabajo o la familia, debido a que han dejado de ser símbolos obligados en la definición de trayectorias de vida; en su lugar, cobran mayor presencia identificaciones gregarias “cuyos referentes de interreconocimiento se establecen desde las industrias culturales y los medios masivos de comunicación”.¹¹

De acuerdo con Roxana Morduchowicz, la vinculación de las juventudes actuales con la cultura audiovisual y mediática es trascendental por tres factores: ellas son sus mayores usuarios, constituyen lugares desde los cuales los jóvenes se definen a sí mismos, y son decisivos en la configuración de su sociabilidad.¹²

Al igual que otras manifestaciones, la narcocultura se presenta dentro de la oferta mediática que pueden consumir los jóvenes, la cual tiene un alto potencial para inducir deseos y esperanzas vinculadas al mundo narco. Respecto a ello Valenzuela señala que su capacidad de fascinación deriva de las expectativas de vida que provoca y de la ponderación desproporcionada del consumo, del poder y de la impunidad.¹³ Por su parte, Córdova explica que los ensueños que genera probablemente tienen que ver con “la necesidad y las aspiraciones de ascenso en la estructuración social, e incluso con el resentimiento y los deseos de venganza social”.¹⁴

Si bien las industrias culturales presentan al narcotráfico como una actividad ilegal, también la exponen a manera de forma de vida que se justifica

10 José Manuel Valenzuela Arce, *El futuro ya fue. Socioantropología de l@s jóvenes en la modernidad* (Tijuana: El Colegio de la Frontera Norte, 2009).

11 Valenzuela, *El futuro ya fue*, 27.

12 Roxana Morduchowicz, *La generación multimedia. Significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes* (Buenos Aires: Paidós, 2008).

13 Valenzuela, *Jefe de jefes*, 13.

14 Nery Córdova, “La subcultura del ‘narco’: la fuerza de la transgresión”, *Cultura y representaciones sociales* 2.3 (septiembre de 2007): 117 disponible en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-81102007000200005&lng=es&tlng=es consultado el 20 de enero de 2017).

- 15 Jaime Wilches Tinjacá, “¿Y educar para qué? Representaciones mediáticas de narcocultura en los modelos del progreso económico y prestigio social”, *Desafíos* 26.1 (enero-junio de 2014): 218, disponible en <http://revistas.uosario.edu.co/index.php/desafios/article/view/3183> (consultado el 15 de mayo de 2017).
- 16 Luis Alejandro Astorga Almanza, *Mitología del ‘narcotraficante’ en México* (México: Plaza y Valdés, 2004), 78.
- 17 Wilches, “¿Y educar para qué?...”, 227.
- 18 Valeria Geremia y Juan Martín Pérez García. “Infancia y conflicto armado en México. Informe alternativo sobre el Protocolo Facultativo de la Convención sobre los Derechos del Niño relativo a la participación de los niños en los conflictos armados”, *Red por los Derechos de la Infancia* (2011), disponible en <http://derechosinfancia.org.mx/documentos/iaespanol.pdf> (consultado el 21 de enero de 2018).
- 19 Lilian Paola Ovalle, “Entre la indiferencia y la satanización. Representaciones sociales del narcotráfico desde la perspectiva de los universitarios de Tijuana”, *Culturales* 1.2 (julio-diciembre de 2005): 63-89, disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69410203> (consultado el 4 de marzo de 2016).
- 20 José Manuel Valenzuela, “Remolinos de viento: juvenicidio e identidades desacreditadas”,

“ante la indolencia de las estructuras estatales y la permisividad social”.¹⁵ El narco se convirtió en:

otra forma de vida donde todavía es posible ascender en la escala económica y social, sin tener que pasar necesariamente por los circuitos tradicionales de las actividades legales, por la escuela o la política, aunque tampoco fuera de ellos completamente.¹⁶

Wilches plantea que en comparación con el ámbito educativo, el tráfico de drogas resulta atractivo para los jóvenes ya que son la población que más accede a las representaciones al límite, “abiertamente ilegales, pero legítimas al momento de ser interiorizadas como una opción de vida riesgosa y válida si se quiere sobrevivir en un mundo dominado por el intercambio de bienes”.¹⁷

En 2011 la Red por los Derechos de la Infancia en México estimaba que colaboraban cerca de 30 mil niños y adolescentes en toda la línea del tráfico de estupefacientes. A partir de los nueve años trabajan como vigías e informadores; a los 12 son vigilantes en casas de seguridad; desde los 16 participan en actividades más violentas, secuestros, traslado de narcóticos y asesinatos; en tanto, las mujeres se emplean en el empaquetamiento de drogas.¹⁸ Entre las causas por las que los jóvenes se meten al mundo del narcotráfico están las difíciles condiciones de pobreza en las que se encuentran, la deserción escolar y la falta de empleo.¹⁹

Debido a su gravedad, estas condiciones y situaciones de vida han sido denominadas por José Manuel Valenzuela como “juvenicidios”, término que no solo implica el registro de jóvenes asesinados, sino que aluden “a algo más significativo, pues refieren a procesos de precarización, vulnerabilidad, estigmatización, criminalización y muerte”.²⁰ Urteaga y Moreno explican que el juvenicidio está ligado a las políticas de descuidadización que coloca a determinados sujetos en una categoría distinta a las de ciudadanos: los convierte en enemigos del Estado e individuos sin personalidad jurídica, “vida

desnuda de derecho, pura vida sin más atributo que la carne y la sangre”; por lo tanto, pueden ser eliminados sin que esto constituya un crimen.²¹

Además de estos procesos de desacreditación y estigmatización, el neoliberalismo expone al hiperconsumo como única vía de reafirmación individual y social, de manera que tener un alto nivel adquisitivo legitima la existencia y transforma a las personas en sujetos pertinentes y económicamente aceptables. Lipovetsky indica que a diferencia del consumo a la antigua, en la actualidad se busca menos la acumulación de cosas o la identidad económica, que demostrar la presencia como individuos únicos, con poder para construir un estilo de vida propio; “en el corazón del hiperconsumo hay una ‘voluntad de poder’ y el goce que produce ejercer cierto dominio sobre el mundo y sobre sí mismo”.²²

Sin embargo, Sayak Valencia plantea que en las sociedades del tercer mundo el ansia por el reconocimiento social y el afán de consumo son casi imposibles de satisfacer de forma no violenta; así, la única manera de “ser alguien” y apropiarse de una identidad válida es aplicando la violencia en la propia realidad.²³

Las representaciones e imaginarios que los jóvenes construyen sobre el tráfico de drogas no solo derivan del contexto social, sino también de los elementos de carácter simbólico que se generan y reproducen en la sociedad. En este sentido, la narcocultura engloba narrativas acerca de estilos de vida, de interacción y socialización, que constituyen rasgos identitarios de pertenencia a grupos y estamentos transgresores.

Los productores de narcocultura pretenden que los consumidores se involucren con los productos o los mensajes creados, y para lograrlo recurren al placer y el manejo de las emociones. Los medios trabajan cuidadosamente para que los públicos se sientan cómodos y no tengan la sensación de ser confrontados o atacados.²⁴ Incluso la difusión de la violencia se maneja a través del esparcimiento; de hecho, por donde más influyen “es por la vía feliz, incitante y publicitaria, y no, como se puede afirmar, por la inflación mediática de escenas de sangre”.²⁵

en *Juvenicidio. Ayotzinapa y las vidas precarias en América Latina y España*, coordinado por José Manuel Valenzuela (Barcelona: Ned Ediciones, 2015): 21.

21 Maritza Urteaga y Hugo Moreno, “Corrupción e impunidad versus justicia y derecho mexicano”, en *Juvenicidio. Ayotzinapa y las vidas precarias en América Latina y España*, coordinado por José Manuel Valenzuela (Barcelona: Ned Ediciones, 2015): 89.

22 Gilles Lipovetsky, *La felicidad paradójica* (Barcelona: Anagrama, 2013), 47.

23 Sayak Valencia, *Capitalismo gore* (Santa Cruz de Tenerife: Melusina, 2010).

24 Sara Osuna Acedo, *Publicidad y consumo en la adolescencia* (Barcelona: Icaria Antrazyt, 2008).

25 Lipovetsky, *La felicidad*, 186-187.

No obstante, el consumo de productos de la narcocultura como las series y los corridos no solo depende de la oferta y el acceso a ellos, sino de las disposiciones que toman las audiencias para consumirlos.

El consumo y la apropiación de la narcocultura

Desde la perspectiva de los Estudios Culturales, el consumo constituye un conjunto de procesos socioculturales que no solo tiene que ver con la capacidad adquisitiva de las personas, sino también con los significados que entran en juego y de su potencial para generar sentido de vida. Esta definición pretende evitar el dualismo entre lo económico y lo simbólico, y resalta que el valor simbólico condiciona la existencia, la circulación y el uso de los objetos.²⁶

La apropiación forma parte de los procesos de consumo, implica la integración de los contenidos en la cotidianidad de las personas de acuerdo a los significados asignados de manera individual. Los mensajes generados por las industrias culturales son interpretados y reinterpretados según las vivencias y los contextos sociales y personales, de ahí que el significado no se crea súbitamente o en el momento de la recepción. Thompson plantea que el mensaje “es visto desde distintos ángulos, está sujeto a los comentarios y críticas de los otros, y queda gradualmente engarzado en la fabricación simbólica de la vida cotidiana”.²⁷

En los jóvenes los procesos de consumo toman relevancia ya que están ligados a la construcción de la identidad personal. Esto implica una configuración individual que permite que los demás nos reconozcan; pero, esta diferenciación conlleva juicios sobre la forma de ser y actuar según los criterios sociales.²⁸ Por lo tanto, el consumo y apropiación de productos culturales por la juventud está relacionado con lograr un reconocimiento social favorable, sobre todo por la familia y los amigos.

En el ámbito de la narcocultura, la apropiación significa la incorporación de los simbolismos relacionados con el mundo narco tanto por las personas que participan en el tráfico de drogas como las que no lo hacen. Implica la

26 Néstor García Canclini, *Consumidores y ciudadanos* (México: Grijalbo, 1995).

27 Thompson, *Los media y la modernidad*, 67.

28 Jeremi Van Gorp, *Youth, Identity and Consumption - A Research Model* (Belgium: University of Antwerp, 2005), disponible en <http://studyres.com/doc/17355073/youth-identity-and-consumption---a-research-model> (consultado el 30 de enero de 2017).

interiorización y subjetivación de valores, códigos, normas y significados que definen, aprueban o condenan las situaciones vinculadas con la producción, distribución y venta de estupefacientes, así como de los diferentes elementos que componen al narcotráfico: los sujetos implicados en esta actividad, las relaciones de poder, la ostentación y el consumo suntuario, la violencia exacerbada, la ilegalidad y la corrupción. Esto deriva en una variedad de posibilidades que pueden ir desde la afinidad y aceptación de las diversas expresiones, el gusto por narcocorridos o las narco series, hasta la integración al mundo de los capos y traficantes.

Metodología empleada

La investigación tuvo un carácter descriptivo y transversal. En correspondencia con los objetivos, se construyeron dos categorías de análisis: el consumo de narcocorridos y narco series por jóvenes, y los procesos de apropiación vinculadas a dichos consumos. El contenido de ambas se determinó de manera deductiva-inductiva; es decir, inicialmente se definieron a partir de las aportaciones teóricas y posteriormente se modificaron de acuerdo con la información obtenida en el trabajo de campo.

La primera categoría integró indicadores vinculados a los hábitos de consumo como preferencias, frecuencias, horarios, lugares y compañía con quien se realizan los consumos. Para esta parte de la investigación fue necesario recurrir al enfoque cuantitativo a fin de tener un panorama general sobre los consumos de narcocorridos y narco series por los jóvenes, y determinar su predilección en el conjunto de la población.

La segunda categoría quedó conformada por indicadores relacionados con las causas y antecedentes del consumo, las formas de incorporación a la cotidianeidad, así como el significado y sentido que adquieren en la vida personal. Esta parte se realizó con una orientación cualitativa, ya que requería profundizar en las vivencias y motivaciones de los jóvenes. Para ello se recurrió al método fenomenológico; Edmund Husserl, creador del método, señaló la importancia del “mundo de vida” y el “mundo vivido”

29 Juan Luis Álvarez-Gayou Jurgenon, *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología* (México: Paidós, 2003).

30 El proyecto fue aprobado por la Secretaría de Investigación y Posgrado de la Universidad Autónoma de Nayarit, dependencia encargada del registro, aprobación y seguimiento de los proyectos de investigación desarrollados en la institución.

31 Anita Gibbs, "Focus Groups", *Social Research Update* 19 (invierno de 1997), disponible en <http://sru.soc.surrey.ac.uk/SRU19.html> (consultado el 8 de septiembre de 2010).

32 Gibbs, "Focus Groups".

33 Richard A. Powell y Helen M. Single, "Focus Groups", *International Journal for Quality in Health Care* 8.5 (enero de 1996), disponible en <https://academic.oup.com/intqhc/article/8/5/499/1843013> (consultado el 20 de octubre de 2010).

de las personas ya que los comportamientos humanos se contextualizan por las relaciones con los objetos, las personas, los sucesos y las situaciones.²⁹

El acceso a los jóvenes fue posible gracias a que uno de los investigadores laboró en años anteriores como docente en el plantel educativo elegido y es conocido por los directivos de la escuela. A partir de ello, se platicó con las autoridades escolares y se presentó el proyecto de investigación; una vez aprobado, se realizaron las gestiones para su formalización institucional.³⁰ Al inicio se efectuaron visitas exploratorias a las instalaciones a fin de lograr acercamientos con profesores y estudiantes en general, y socializar el proyecto en la comunidad escolar. Posteriormente, se seleccionaron y diseñaron los instrumentos requeridos, de manera que el trabajo de campo consistió en la aplicación de una encuesta y el desarrollo de grupos de enfoque.

El cuestionario incluyó preguntas de opción múltiple referentes a los hábitos de consumo, y algunas abiertas para saber los títulos de los narco-corridos y narco series preferidas, las razones de ello, así como su opinión sobre la posible influencia de estos productos en la forma de ser y pensar de los jóvenes.

El grupo de enfoque es una técnica que se focaliza en un tema específico; se integra por un moderador que guía la discusión y un grupo de personas de las cuales se pretende conocer su experiencia y opinión respecto al tema seleccionado. De esta manera es posible recabar las actitudes, sensaciones, creencia, experiencias y reacciones de los sujetos de estudio, en una forma que no podrían ser recuperadas con otros métodos como la observación, la encuesta o la entrevista individual.³¹

En esta investigación los grupos de enfoque se emplearon para confirmar la información recuperada en la encuesta y profundizar en las formas de apropiación de estos productos. Su planeación y ejecución se basaron en las aportaciones de Anita Gibbs³² y Richard Powell y Helen Single.³³

Una vez elaborados los formatos correspondientes, se presentaron ante la dirección del plantel para su verificación. El cuestionario se validó mediante la aplicación de una prueba piloto a un grupo de 25 jóvenes, que confirmó la utilidad del instrumento.

A fin de aplicar la encuesta al resto de los estudiantes, los investigadores pasaron a cada salón con el permiso del docente en turno. En todos los casos se explicaron los objetivos del proyecto, así como las instrucciones para responder el cuestionario. Una vez concluida esta etapa inició el desarrollo de los grupos de enfoque, para lo cual se recorrieron nuevamente los salones a fin de extender la invitación a los jóvenes a participar. Todas las sesiones se realizaron en el aula de apoyo psicológico del plantel.

En total se aplicaron 217 cuestionarios (45.2 % a mujeres y 54.8 % a hombres) y tres grupos de enfoque donde participaron de manera voluntaria 16 estudiantes. Las edades van desde los 15 años (ubicados en el primer grado), hasta los veinte (en tercero). El análisis de esta información se realizó con base en el esquema propuesto por Miles y Huberman,³⁴ el cual abarca tres tareas: reducción de datos, presentación de datos y verificación de conclusiones.

Como parte de las estrategias para confirmar la validez del trabajo, se recurrió a la revisión de la coherencia entre los objetivos planteados, las categorías de análisis construidas y los resultados obtenidos; asimismo, a la examinación repetida de los testimonios de los estudiantes, la comparación de los datos recabados en los dos instrumentos empleados y a la confrontación de la información recuperada con las aportaciones teóricas.

34 Matthew Miles y Michael Huberman, *Qualitative Data Analysis* (London: Sage Publications, 1994).

Tabla 1. Número de jóvenes que participaron en la investigación

Grado	Mujeres	Hombres	Total
Primero	35	48	83
Segundo	47	49	96
Tercero	16	22	38
Total	98	119	217

Fuente: elaboración propia.

- 35 INEGI, *Anuario estadístico y geográfico por entidad federativa 2016*, disponible en http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/AEGPEF_2016/702825087357.pdf (consultado el 18 de enero del 2018).
- 36 INEGI, *Encuesta Intercensal 2015*, <http://www.beta.inegi.org.mx/programas/intercensal/2015/> (consultado el 20 de enero del 2018).
- 37 DIEJ-IMJUVE, *Pobreza* (2012), disponible en https://www.imjuventud.gob.mx/imgs/uploads/Infografia_Pobreza.pdf (consultado el 20 de enero de 2018).
- 38 STPS, *Nayarit. Información laboral* (enero 2019), disponible en http://www.stps.gob.mx/bp/secciones/conoce/areas_atencion/areas_atencion/web/pdf/perfiles/perfil%20nayarit.pdf (consultado el 12 de marzo de 2018).
- 39 Denisse Rivera, "Nayarit, entre los primeros 5 estados con más embarazos en adolescentes", *Nayaritlinea.com* (14 de septiembre de 2017), disponible en <http://www.nayaritlinea.com/2017/09/14/nayarit-entre-los-primeros-5-estados-con-mas-embarazos-en-adolescentes?vid=99063> (consultado el 20 de febrero de 2018).

Además del trabajo de campo mencionado se platicó con algunos profesores para conocer el entorno directo de los estudiantes, ya que el consumo y la apropiación siempre son procesos anclados a contextos sociales específicos.

Los resultados de la indagación se presentan en cuatro secciones: en la primera se exponen datos del contexto en el que viven los jóvenes de Nayarit relacionados con el tema de investigación, así como del entorno de los estudiantes sujetos de estudio; en la segunda, se presenta la información recuperada sobre la categoría de análisis relativa a los consumos de narco-corrido y narco series; en tanto que en la tercera y cuarta, se analizan los procesos de apropiación.

El entorno de los procesos de consumo y apropiación de los jóvenes

En Nayarit los jóvenes de entre 15 y 29 años ocupan un sector significativo ya que representan más del 26 % de la población;³⁵ no obstante su potencial para impulsar el desarrollo de la entidad, una gran parte vive en condiciones de vulnerabilidad social. Solo el 22.2 % de ellos culmina la educación media superior y el 18.7 % la superior;³⁶ en tanto, el 22.2 % carece de acceso a servicios de salud.³⁷ De acuerdo con la Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STPS), corresponde al 3.2 la tasa de desocupación laboral de jóvenes.³⁸

En los últimos años el estado ha ocupado los primeros lugares en fecundidad adolescente,³⁹ así como en el consumo de alcohol y de drogas ilegales, en el primero asciende a 77.6 % frente al 71.7 % del promedio nacional, y en el segundo a 13.2 % ante el 10.3% del país, resalta en particular el empleo de cocaína que registra el 5.7 % estatal en comparación con el 3.5 % nacional.⁴⁰ El inicio de consumo de sustancias en la entidad se concentra en los jóvenes de 15 a 19 años (32.4 %), aunque también hay un alto porcentaje (29.7 %) de adolescentes de 10 a 14 años.⁴¹

Aunado a ello, se registra una alta incidencia de delitos en estos grupos de edad. De acuerdo con información del Tribunal Superior de Justicia, para el 2015 había de 300 a 400 jóvenes de entre 12 y 16 años que enfrentaban

procesos penales en Nayarit, el 30 % de los casos corresponden a robos y narcomenudeo, derivado del creciente mercado de drogas en la entidad.⁴²

De acuerdo con las declaraciones de algunos profesores, en el poblado se puede detectar el movimiento de drogas y sustancias psicotrópicas de ahí que los jóvenes que radican en él tienen mayor posibilidad de integrarse al narcotráfico, en comparación con los estudiantes que provienen de otros lugares o colonias cercanas. Quienes son de la localidad, con frecuencia tienen familiares que consumen o están ligados al tráfico de estupefacientes, por lo que es posible que la consideren una actividad económica normal, o como dijo una maestra: “lo que les va a tocar vivir”. Asimismo, señalan que es probable que una de las razones del descenso en la matrícula en el tercer grado (ver tabla 1) se deba a la necesidad de los jóvenes por incorporarse al narcotráfico por interés personal o familiar.

De acuerdo con los datos obtenidos en la encuesta, los ingresos familiares son bajos. El 40.1 % de ellos señaló que son menores al salario mínimo general y el 41.5 % ganan de uno a tres, el 16.6 % se ubica entre los tres y nueve, y solo el 1.8 % alcanzan de nueve a 14. Desde estas condiciones es posible entender que las expectativas de muchos jóvenes para tener éxito y reconocimiento social se relacionen con la posibilidad de contar con capital económico.

Retomando elementos de investigaciones de Morduchowicz,⁴³ en la encuesta se presentó una lista de opciones para que los jóvenes eligieran la que consideraban más importante a fin de alcanzar su reconocimiento social. Llamó la atención que la característica más señalada fue “Tener dinero” (22.6%), casi al mismo nivel que “Tener sentido del humor” (23 %), seguido de “Ser buena persona” (21.2 %) y “Vestirse bien o a la moda” (15.7 %); estos cuatro aspectos alcanzaron el 82.5 % de las respuestas. Tener dinero y estar a la moda implican una distinción por la manifestación de riqueza; la bondad representa un valor, y el humor implica un carácter divertido y atrayente mediante el cual los jóvenes pueden incrementar sus relaciones y aceptación social. En contraposición, los menos elegidos fueron “Que les vaya bien en la escuela” (1.8 %) y “Estar informados” (0.5 %), no obstante que sean estudiantes.

- 40 Comisión Nacional contra las Adicciones, Encuesta Nacional de Consumo de Drogas, Alcohol y Tabaco, ENCODAT 2016-2017 (28 de noviembre de 2017), disponible en <https://www.gob.mx/salud%7Cconadic/acciones-y-programas/encuesta-nacional-de-consumo-de-drogas-alcohol-y-tabaco-encodat-2016-2017-136758> (consultado el 31 de mayo de 2018).
- 41 Centros de Integración Juvenil, Consumo de drogas alguna vez en la vida por entidad federativa y unidad de atención. Pacientes de primer ingreso a tratamiento en Centros de Integración Juvenil. Enero - Junio de 2016, disponible en <http://www.cij.gob.mx/patronatosCIJ/pdf/Nayarit.pdf> (consultado el 21 de enero de 2018).
- 42 Marcos Trujillo, “Drogadicción, narcomenudeo y asaltos, triada que asola a Nayarit”, *Avance* (30 de septiembre de 2015) <http://periodicoavance.com/joomla30/index.php/local/1812-drogadiccion-narcomenudeo-y-asaltos-triada-que-asola-a-nayarit> (consultado el 21 de enero de 2018).
- 43 Morduchowicz, *La generación multimedia*, 32.

Podría decirse que los ideales de los jóvenes responden a la caracterización que hace Lipovetsky de la sociedad del hiperconsumo, en la cual se promueve el gusto incesante por el consumo y el ludismo como promesa de la felicidad; en el caso de la juventud, lo que activa la obsesión por tener dinero y estar a la moda “es el miedo al desprecio y al ofensivo rechazo de los demás”.⁴⁴

44 Lipovetsky, *La felicidad*, 45.

En este entorno donde sobresale el narcotráfico y la pobreza, el consumo de productos de la narcocultura puede deberse a que, como indican Santos, Vásquez y Urgelles, sus narrativas ya están metidas en la piel del consumidor, de manera que “las historias, aunque estetizadas, recorren el tupido velo de la realidad”.⁴⁵

45 Danilo Santos, Ainhoa Vásquez Mejías e Ingrid Urgelles, “Introducción. Lo narco como modelo cultural. Una apropiación transcontinental”, *Mitologías hoy* 14 (diciembre de 2016): 9-23, en especial 17, disponible en <http://revistes.uab.cat/mitologias/article/view/v14-santos-vasquez-urgelles2/401-pdf-es> (consultado el 12 de marzo de 2017).

La música y series sobre narcocultura preferidas por los jóvenes

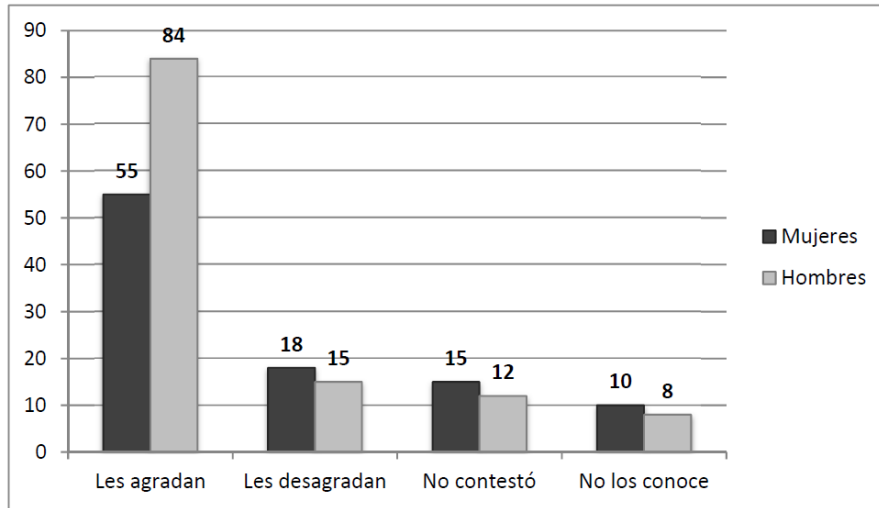
Las series televisivas y la música constituyen dos formas simbólicas a través de las cuales se expresa la narcocultura. En el caso de los jóvenes analizados, fue notorio que ambas expresiones están presentes entre sus preferencias como medios de entretenimiento, lo que pone de manifiesto no solo el nivel de consumo de estos productos sino su aceptación y apropiación.

La investigación permitió observar que el consumo de narcocorridos y narco series, no depende necesariamente del ingreso familiar, ya que jóvenes de todos los niveles económicos declararon su gusto por estos productos. Esto confirma lo señalado por Luis Astorga quien plantea que la narcocultura ha encontrado públicos “no sólo en los campesinos de las serranías, sino entre jóvenes y adultos urbanos de las distintas clases sociales con aspiraciones o no de enriquecimiento rápido”.⁴⁶

46 Astorga, *Mitología del ‘narcotraficante’*, 36-37.

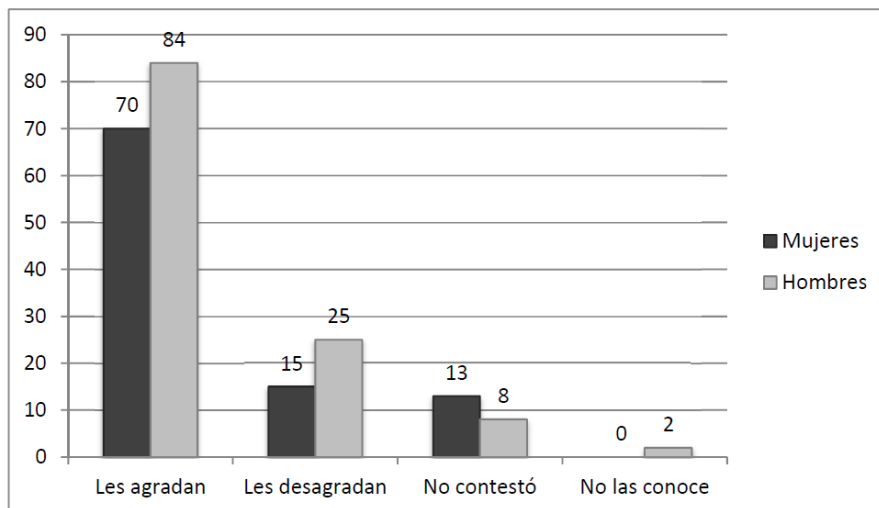
De igual manera se encontró que el consumo de estas expresiones es independiente del género. Más del 54 % de las mujeres y del 71 % de los hombres les gustan los narcocorridos y a más del 70 % de ambos, las series orientadas a este tema (ver gráficas 1 y 2). Si bien el imaginario social tiende a asociarlos con el género masculino por los contenidos de violencia, los datos obtenidos permiten afirmar que también en las mujeres su consumo es relevante.

Gráfica 1. Gusto de los jóvenes por narcocorridos (en número)



Fuente: elaboración propia a partir de resultados de encuesta.

Gráfica 2. Gusto de los jóvenes por narco series (en número)



Fuente: elaboración propia a partir de resultados de encuesta.

Se pudo notar que los contenidos de narcocultura son atractivos para los jóvenes por que el tráfico de drogas se ha convertido en un fenómeno de relevancia social, de ahí que deseen conocer con mayor profundidad todo lo que esta actividad involucra. Gracias a que no se alcanzan a percibir los límites entre la ficción y la realidad en los productos mediáticos, los jóvenes acceden a ellos como fuentes de información. En la encuesta algunos estudiantes comentaron que los narcocorridos y las narco series “muestra cómo son las cosas en la vida real”, “está basada en hechos reales”, “muestra cómo trabajan los narcos”. Otras declaraciones señalan:

A veces uno por eso se da cuenta de las cosas, por los corridos, de que uno ni sabía qué pasó con la vida de ese señor (declaración de un estudiante en grupo de enfoque).

Así nos damos cuenta de las situaciones que vivimos en nuestro país, haci [sic] tratar de entender por qué este problema nos puede afectar a nosotros (respuesta de una estudiante en encuesta).

Asimismo, se encontraron jóvenes que consumen narcocorridos o narco series porque son una manera de exponer la corrupción del gobierno: “son interesantes porque muestran un punto de vista de la corrupción”, “relatan la realidad del país sobre la corrupción”; asimismo, reconocen la forma en que en estas expresiones culturales presentan en polaridad al narcotraficante frente a las instituciones políticas.

En una serie que vi mostraban al personaje del narco como lo mejor y siempre están en contra de los políticos de más altos niveles, y siempre hubo políticos el gobierno relacionados con el narco, siempre hubo corrupción (declaración de una estudiante en grupo de enfoque).

A través de la encuesta se observó que los jóvenes conocen una amplia variedad de canciones sobre tráfico de drogas, en general mencionaron 76 diferentes narcocorridos, de los cuales los que más les agradan son *Recordando*

a Manuel (interpretada por Gerardo Ortiz y Lenin Ramírez), Mi 45 (por Lenin Ramírez y El Fantasma), y El paciente (de Alfredo Olivas). El primero hace referencia a Manuel Torres Félix alias El ondeado o El M1, pistolero de confianza de Joaquín Guzmán Loera, quien fue abatido por militares en 2012; la letra habla de su origen humilde y su transformación por el asesinato de su hijo menor, además resalta su capacidad de liderazgo, astucia y valentía para aniquilar al enemigo. El segundo también destaca la valentía de un narcotraficante para enfrentar al enemigo y su lealtad al cártel de Joaquín Guzmán Loera. El tercero refleja los pensamientos de un sicario herido que se encuentra entre la vida y la muerte, y de su esperanza por mantenerse vivo mientras es atendido por médicos y peritos. En contraposición, los narcocorridos señalados como desagradables fueron Niño sicario y 500 balazos; ambas denotan la violencia exacerbada que caracteriza actualmente al tráfico de drogas.

En el caso de las narco series, los jóvenes mencionaron un total de 26 títulos, pero fue notoria la popularidad de tres: *El señor de los cielos*, *La reina del sur* y *La piloto*. La primera es una representación de la vida del capo mexicano Amado Carrillo Fuentes a través del personaje de Aurelio Casillas, quien se presenta como villano-héroe, mientras que la trama denuncia que las instituciones gubernamentales han perdido credibilidad ante la existencia de un Estado anómico.⁴⁷ En tanto, *La reina del sur* y *La piloto* presentan como protagonistas a mujeres que se convierten en líderes en el tráfico de drogas al tener que enfrentar situaciones de traición, muerte, corrupción, crisis amorosas y conflictos morales.

A los jóvenes que les desagradan los narcocorridos y narco series, los califican como aburridos, tontos, con mucha violencia, “muy pasadas”, “muy sicarias”, “muy sangrientas” o que hablan de “puras matanzas y dinero”, de ahí que no se sientan identificados: “no es lo mío”, “no comparto estos gustos”, “no me interesan”.

En comparación, a la mayoría les agradan porque encuentran espacios de disfrute y entretenimiento. Los jóvenes indicaron que les gustan los narcocorridos porque “están chidos”, “son interesantes”, “por la letra”, “lo que dicen”, porque “suena bien”, por “la tonada” o “el ritmo”, así

47 Ainhoa Vásquez Mejías, “La villanía heroica de El Señor de los Cielos en la lucha contra un Estado anómico”, *Anagramas* 13.25 (julio-diciembre de 2014): 107-126, disponible en <http://www.scielo.org.co/pdf/angr/v13n25/v13n25a07.pdf> (consultado el 5 de julio de 2017).

como por aspectos relacionados con la interpretación: “cantan bien”, “tiene buena voz” o “es mi grupo preferido”. Respecto a las narco series señalaron que son interesantes, “es buena la trama”, “están padres”, “tiene misterio”, “tiene drama”, “hay mucha acción”, “hay venganza”, e incluso hacen referencia a los protagonistas: “porque sale Kate del Castillo”, “porque está guapo el artista” (al referirse a Rafael Amaya, intérprete de *El señor de los cielos*) o “porque está buena la Bárbara” (protagonista de Rosario Tijeras).

Esto muestra que los jóvenes no requieren reflexionar o tomar conciencia de los procesos de apropiación que experimentan; como indica Giroux, la producción de significado en las personas a partir de los productos culturales, está unida a implicaciones emocionales y a la producción de placer, de ahí que la gente disfrute de una canción o un video aun cuando lleguen a reconocer las ideologías que encierran los textos. El modo en que las instituciones culturales trabajan “depende menos de la producción de significados, que de las relaciones afectivas que construyen con sus públicos”.⁴⁸

Es notorio que la afinidad con estos productos está vinculada al tratamiento de las producciones: música, ritmos y letra pegajosos, o protagonistas físicamente atractivos, así como el manejo excesivo de la acción. No obstante, la apropiación de la narcocultura va más allá del gusto por estos productos, ya que se ancla en los significados y sentidos que los jóvenes les dan, así como en la manera como los interiorizan.

A quién no le gusta ser poderoso

La encuesta y los grupos de enfoque permitieron observar que uno de los principales sentidos de la apropiación de contenidos de narcocorridos y narco series, tiene que ver con pretensiones de los jóvenes por el poder; es decir, la vida de los capos es atrayente no solo porque pueden poseer objetos lujosos sino y, sobre todo, porque tienen poder.

Es el poder. ¿A quién no le gustaría ser poderoso?, a todos (declaración de un estudiante en grupo de enfoque).

48 Henry A. Giroux, *Cruzando límites. Trabajadores culturales y políticas educativas* (Barcelona: Paidós, 1997), 222.

Logra lo que quiere y nadie lo detiene; es más, como que pone sus reglas y él hace lo que quiere. A mí eso se me hace atractivo (declaración de un estudiante en grupo de enfoque).

El poder y el capital económico les permiten a los traficantes de drogas disponer de libertad de acción, de lujos y comodidades y controlar a las personas. Estos elementos llegan a seducir a los jóvenes y se convierten en escenarios deseables.

Son estereotipos que agarran de la tele y piensan que pueden seguir su ejemplo: que tienen todos los lujos que ellos quieren, todas las mujeres que quieren, todo el dinero y poder para manejar a las personas como se les antoje, y entonces ellos piensan que es un buen ejemplo a seguir, y ya no les importa si en un futuro les llega la policía porque ya tuvieron todo lo que querían (declaración de una estudiante en grupo de enfoque).

Derivado de ello, a los jóvenes les interesa conocer la vida y hazañas de los grandes capos a fin de saber cómo alcanzaron el poder, tomando en cuenta que nacieron en entornos de miseria. Esto influye en la popularidad de ciertos narcocorridos y narco series, como los relacionados con Amado Carrillo, El señor de los cielos.

Esa la vemos porque es un narco muy famoso, alguien que fue uno de los narcos más chingones de todo el mundo (declaración de una estudiante en grupo de enfoque).

Es porque fue un narcotraficante muy poderoso e hizo demasiadas cosas, algunas cosas sin que la policía se diera cuenta, sin que supiera dónde estuviera. Fue como muy inteligente para hacerlas (declaración de una estudiante en grupo de enfoque).

Una situación semejante pasa cuando el personaje poderoso es mujer, como en la serie La reina del sur; aunque en este caso la atracción es dife-

rente ya que se rompe con los estereotipos tradicionales de género. Algunos estudiantes hombres indicaron lo siguiente:

Es mucha más adrenalina con una mujer que con un baboso... La chingada vieja tirando balazos (declaración de un estudiante en grupo de enfoque).

Siempre se ha dicho que la mujer es el sexo débil y ver a una mujer narco y con poder, puede ser muy chingón (declaración de un estudiante en grupo de enfoque).

Por cómo trata a los hombres: los mandan. Que a la vez está chistoso que una vieja ande mandando a un hombre, que "vete por esto", y ahí va (declaración de un estudiante en grupo de enfoque).

Las jóvenes por su parte, observan que en las series las mujeres también pueden obtener poder como esposas de los capos, ya que de esta manera tienen dinero y disponen de recursos materiales y personas. Además, se observó que si bien las y los jóvenes consumen narcocorridos y narco series, en los procesos de apropiación intervienen elementos de género, ya que ellas identifican estereotipos y diferencias sociales relacionadas con el sexo de los protagonistas.

Ellas también se proponen ser líderes de algo, pero en el narcotráfico y los narcocorridos a las mujeres las muestran como objetos sexuales la mayoría de las veces (declaración de una estudiante en grupo de enfoque).

Es bien diferente la historia de una mujer que se meta al narcotráfico a la de un hombre: a la mujer, su vida es prostitución, violaciones y un chorro de cosas, y en la historia de un hombre no (declaración de una estudiante en grupo de enfoque).

Sin embargo, ellas y ellos coinciden que el ejercicio del poder es un elemento central de la narcocultura. El poder puede entenderse como las acciones de unos sujetos sobre otros, a través de relaciones jerárquicas que

les permiten dirigir la manera de conducirse de otros;⁴⁹ es la capacidad relacional que permite a un actor social influir de forma asimétrica en las decisiones de otros actores sociales de modo que se favorezca la voluntad, los intereses y los valores del actor que tiene el poder.⁵⁰ El poder que tienen los narcotraficantes les permite señalar a los otros como aliados, amigos, enemigos o traidores, y mostrarlos como sujetos leales y responsables o corruptos e ineficientes.

Asimismo, el poder les da facultad sobre la vida y la muerte de otros; por lo tanto, la violencia se convierte en parte del ejercicio del poder. Uno de los aspectos que más les llama la atención a los jóvenes es la agresión explícita en los contenidos de los narcocorridos y las narco series, lo cual para algunos es desagradable, pero para otros es parte del atractivo de la narcocultura, como uno de ellos dijo: “es adrenalina”. Rescatando los planteamientos de Lipovetsky se podría decir entonces, que la narcocultura fabrica una violencia feliz, inodora y concebida para no ser cuestionada.⁵¹

Las declaraciones de los estudiantes permiten ubicar a la narcocultura como parte del campo de producción simbólica del tráfico de drogas, a través del cual se trata de imponer y legitimar una definición del mundo social, con determinadas posiciones ideológicas y sociales.⁵² De esta manera, el poder adquisitivo de los narcos, la violencia que emplean, su vestimenta, accesorios, lenguaje y actitudes se convierten en símbolos del poder, que pueden ser interiorizados por los jóvenes e incorporados a su vida cotidiana.

Interiorización y exteriorización de los símbolos del poder del mundo narco

De acuerdo con los resultados, el 69.9 % de los estudiantes señaló que los narcocorridos y narco series pueden influir en la forma de ser y pensar de los jóvenes que las consumen (ver gráfica 3).

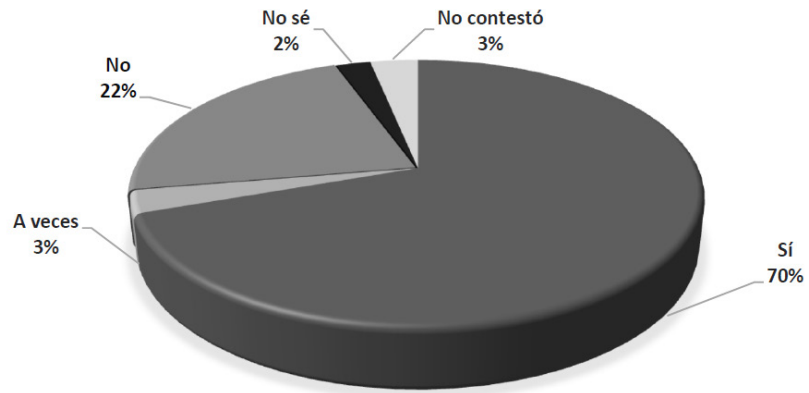
49 Michel Foucault, *Estética, ética y hermenéutica* (Barcelona: Paidós, 1999).

50 Manuel Castells, *Comunicación y poder* (Madrid: Alianza editorial, 2009).

51 Lipovetsky, *La felicidad*.

52 Pierre Bourdieu, *Intelectuales. Política y poder* (Madrid/Buenos Aires: Clave Intelectual/Eudeba, 2012).

Gráfica 3. ¿Influye la narcocultura en los jóvenes?



Fuente: elaboración propia a partir de resultados de encuesta.

Quienes afirman que estos productos no influyen, los ubican solamente como contenidos de ficción que son consumidos por ser divertidos, contienen acción, están de moda o tratan temas atractivos. En todo caso, la influencia depende de la interpretación y significado que les da cada joven.

Cada uno decide qué poder hacer con su vida, independientemente de lo que veas (respuesta de estudiante en encuesta).

A mí me gustan ese tipo de canciones y no por eso ando en eso (respuesta de estudiante en encuesta).

En contraste con esta postura, la mayoría afirma que la narcocultura sí influye ya que los jóvenes se encuentran en una etapa de maduración como individuos y que pueden ser susceptibles a los contenidos de los medios de comunicación masiva.

Siendo jóvenes estamos en desarrollo, en esta etapa que está llena de dudas y experimentación, la influencia la demuestran al vestir y actuar de la forma en que los corridos lo hacen, siendo presa fácil para el narcotráfico (respuesta de estudiante en encuesta).

Los jóvenes dijeron que la influencia también se debe a que los contenidos de los medios hacen que el mundo narco parezca atractivo y fácilmente alcanzable. En este sentido, los narcocorridos y narco series pueden ser factores que los seducen y les generan expectativas de vida ante las dificultades que presenta el entorno para su desarrollo personal.

La música y las series muestran un lado divertido de lo que es el narcotráfico, por ende muchxs [sic] jóvenes se sienten atraídos por este tipo de vida, por los lujos y el dinero (respuesta de un estudiante en encuesta).

Las emisiones de programas de ese tipo y forma de hablar y todo ese ambiente, hacen que las personas que lo vean se metan y se encierren en un mundo imaginario, en el cual él es esa persona y cree que tiene esa capacidad y poder para hacer lo que quiera (declaración de un estudiante en grupo de enfoque).

Esto coincide con lo mencionado anteriormente respecto a que en los productos culturales integran implicaciones emocionales, de manera que las audiencias gocen y se sientan cómodas, y por lo tanto acepten e interioricen sus contenidos sin confrontarlos. Como consecuencia, algunos jóvenes tratan de imitar las acciones y actitudes expuestas en los narcocorridos y narco series, para tener y sentir experiencias semejantes. Esto se observó a través de las encuestas: “Está chido lo que hacen”, “es padre la vida del narco”, “el narcotráfico me da emoción”, “me gustan las series de narcos”:

Hay personas que se ilusionan al escuchar que tienen dinero, poder y armas. Es ahí cuando creen poder hacer lo mismo como esos personajes (respuesta de un estudiante en encuesta).

Los adolescentes miramos la vida de los narcos, cómo se la viven, cómo ganan dinero fácil y la cocina de drogas. A nosotros nos causa interés y algunos se meten a eso (respuesta de un estudiante en encuesta).

Las declaraciones de los jóvenes confirman que los contenidos simbólicos de la narcocultura llegan a crear imaginarios sociales sobre el estilo de vida

y patrones de comportamiento de los traficantes, que pueden seducir a las personas las cuales llegan a anhelar incluso, su incorporación al narcotráfico.

La estabilidad económica que viene en las series o en las canciones, que de chiquitos eran pobres y ahora ya tienen todo lo que quieran, pues quién no quisiera ser así; y yo creo que sí influye mucho tanto en su comportamiento, en tu persona, en tus sueños (declaración de una estudiante en grupo de enfoque).

Les da la idea de que el narcotráfico puede ser la solución a su pobreza [sic] (respuesta de un estudiante en encuesta).

Introduce a los jóvenes a ganar dinero fácil, sin esfuerzo, y solo lo buscan vendiendo drogas, matando, etcétera (respuesta de un estudiante en encuesta).

Sin embargo, los estudiantes coinciden en que la influencia de la narcocultura depende del contexto en el que se desenvuelven los jóvenes, particularmente consideran fundamental el papel de la familia y sobre todo, de los amigos. Esto tiene que ver con el reconocimiento social de sus iguales, el sentido de pertenencia a un grupo o su integración a través de la moda, para reforzar su identidad o como señaló un estudiante: “por no quedarse atrás”.

No solo por una serie de televisión o algún corrido te hacer así, sino que muchas de las veces la economía impulsa y también el abandono de los padres a sus hijos (respuesta de estudiante en encuesta).

El ser humano es naturalmente sociables, yo creo que por querer encajar en un grupo de amigos, pues uno tiende a vestirse así y aceptarlo, y uno termina viéndolo normal (declaración de un estudiante en grupo de enfoque).

Una vez que los símbolos del poder han sido interiorizados, pasan a exteriorizarse a través de acciones y comportamientos, lo cual propicia su reproducción social. Los estudiantes plantean que es posible identificar a los jóvenes que han sido influenciados por los narcocorridos y narco series, cuando ven que los cantan constantemente o comentan los episodios efusi-

vamente; además, por su forma de actuar, lo que publican en redes sociales, en la forma de interactuar con los demás, de hablar, vestir, caminar y en las posturas que adoptan. En general, señalan que toman actitudes altaneras, enfrentan a los adultos sin temor, son presumidos, groseros, agresivos, violentos y quieren portar armas.

Comienzan a hablar mucho de esas series o de las canciones y se imaginan cómo se verían con carros deportivos y mujeres a sus pies (respuesta de un estudiante en encuesta).

Visten como buchones, con marcas muy exclusivas como Ferragamo, Hermes, Gucci, porque lo vieron en los video musicales, porque muestran al artista que tiene dinero, que tiene poder, y pues, su vestimenta es la que viste ese tipo, de marca, y los muchachos intentan imitar eso: las camisas con patrones vistosos, pantalones entubados, gorras, mocasines, también cadenas y pulseras de oro (declaración de un estudiante en grupo de enfoque).

Hacen las cosas que dicen los corridos, así como violentas y hacen como que se van a matar. También repiten las palabras que escucharon: fierro, compa, arremangados, a la verga (declaración de una estudiante en grupo de enfoque).

De acuerdo con las declaraciones, con estas conductas los jóvenes tratan de demostrar que son superiores, tienen poder y lo pueden ejercer, como dijeron algunos una estudiante: “se la dan de matones”, “la mayoría lo hace por estatus”.

Poderoso no más teniendo dinero, porque si tienes dinero ¿quién te va a hacer algo?; yo me imagino que por eso lo hacen, se creen poderosos para que todos le tengan acá, miedo (declaración de un estudiante en grupo de enfoque).

Quieren meterle ideas a las otras personas para que hagan lo que ellos quieren. La forma en la que se visten y la forma en la que hablan, para decir que son gente muy poderosa, y los demás van a hacer todo lo que ellos quieran (declaración de un estudiante en grupo de enfoque).

Cabe reconocer que algunos de los jóvenes consumen narcocorridos y narco series, considerándolos como contenidos que pueden promover una reflexión sobre las consecuencias negativas del tráfico de drogas: “para evitar eso”, “muestra las consecuencias”, “el mensaje que deja es bueno”, “es una historia con moraleja”, “deja una enseñanza sobre la familia”.

Pero también hubo quien señaló que los narcocorridos los estimulan: “están para echarse unos Buchanan’s y periquear”. Asimismo, hay quien reconoció los beneficios del tráfico de drogas como actividad económica.

Muchos siguen ejemplos de sus familias o amigos, no solo por los narcocorridos. Porque es dinero fácil, arriesgas, pero si sabes cómo moverle, es más lo que ganas, que lo que arriesgas (respuesta de estudiante en encuesta).

Conclusiones

Los jóvenes que se desarrollan en lugares donde el narcotráfico es parte de la cotidianeidad, viven una doble violencia estructural: una generada por la pobreza, marginación, inequidad, desempleo, abandono familiar y escasas opciones a futuro; y otra, que emana del narcotráfico como dinámica socioeconómica. Ambas se enlazan con una violencia simbólica que se traduce en una presión social hacia los jóvenes para que logren su inserción en la sociedad mediante el éxito económico y el poder adquisitivo; de ahí que ellos consideren que aspectos como tener dinero y vestir a la moda, sean elementos esenciales en el logro de reconocimiento.

Con el fin de salir adelante como individuos, los jóvenes recurren a los diferentes recursos a los que tienen acceso y, ante la ineficacia de las instituciones tradicionales, las industrias culturales no solo constituyen espacios de entretenimiento, sino también referentes que les posibilitan en mayor o menor medida, rescatar elementos para la construcción de sus proyectos de vida. En este sentido, el consumo de los narcocorridos y narco series

les permiten encontrar pautas desde las cuales ven e interpretan al mundo narco, y se posicionan a sí mismos frente a él.

En la apropiación de estas expresiones culturales, resalta el énfasis que los jóvenes dan a las representaciones sobre el poder en el mundo narco. Para ellos, el poder en este ámbito significa tener acceso a un universo lúdico, de acción, emoción, comodidad y lujosos, y disponer de las personas al grado de determinar su vida y muerte; sobre todo, lo visualizan como un recurso fundamental para lograr un posicionamiento social.

A través de la narcocultura los jóvenes encuentran elementos simbólicos vinculados al poder, que pueden reproducir mediante patrones de significación que les permitan lograr visibilidad en los entornos donde se desarrollan, independientemente del nivel económico, del género y de su participación o no en actividades del narcotráfico. Dichos patrones se manifiestan sobre todo en expresiones físicas, de manera que el cuerpo se convierte en un referente identitario: la forma de vestir, el uso del lenguaje, las posturas y comportamientos se emplean para establecer una posición de superioridad intimidatoria.

Es de suponer que para los jóvenes que se han ido formando en contextos de exclusión, estigmatización, descuidadización, y que como señala Valenzuela,⁵³ son socialmente desechables, el poder que puede otorgar el narcotráfico resulta atrayente e incluso, fascinante. Por lo tanto, en la medida en que la narcocultura reafirma la identidad de los jóvenes, el narcotráfico se presenta como una opción viable y justificable; entonces, la violencia de ficción, lúdica e inofensiva, da paso a la violencia real. No obstante, el ejercicio de la fuerza y la participación en el tráfico de drogas, no les garantizan ni les reditúa una posición de poder o al menos, el reconocimiento social que tanto ansían.

53 Valenzuela, "Remolinos de viento...", 16-17.