

LA INFLUENCIA DEL NARCOTRÁFICO EN LA CULTURA MEXICANA: LA NARCOCULTURA

THE INFLUENCE OF NARCOTRAFFIC IN MEXICAN CULTURE: A NARCOCULTURE

Flor de Abril Ruiz-Flores
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Complejo Regional Sur
Licenciatura en Ciencias Políticas
abriruz8@gmail.com

Resumen

El presente trabajo analiza la influencia que el narcotráfico ha tenido en la cultura mexicana en los últimos años, generando una narcocultura que cada vez gana más seguidores, ya que a través de productos ligados a la imagen de los narcotraficantes, se ha conseguido que los adultos, los jóvenes e incluso los niños desarrollen una identidad individual y colectiva bajo la influencia de dicha narcocultura. Los medios de comunicación han desempeñado un papel importante en la difusión de esta narcocultura al romantizar la imagen de los narcotraficantes a través de series, narcocorridos y otros productos, que los hacen parecer personas rodeadas de lujos y excentricidades. Este fenómeno ha tenido un impacto drástico en la cultura mexicana que ha generado cambios en el consumo de productos como ropa, bebidas, cine, música e incluso el turismo, pero principalmente en la forma de percibir a los narcotraficantes como ídolos y modelos a seguir. De esta manera, cierto sector de la población aspira a llegar a ser narcotraficante o parecerse tanto como se pueda a uno de ellos, sin tomar en cuenta las consecuencias de esta actividad a corto y mediano plazo, no sólo para la persona, sino para la familia, la sociedad y la cultura mexicana.

Palabras clave: Narcocultura, Cultura, Violencia, Narcocorridos, Narcotráfico, Turismo, Narcoseries

Abstract

This paper discusses the influence that drug trafficking has had on Mexican culture over the last years, generating a narcoculture that is gaining more and more followers, since adults, young people and even children have been able to develop an individual and collective identity under the influence of this narcoculture through products linked to the image of drug traffickers. Mass media have played an important role in spreading this narcoculture by idealizing the image of drug traffickers through TV series, narcocorridos (drug ballads) and other products, which make them look like people who experience luxurious and eccentric lives. This phenomenon has had a dramatic impact on Mexican culture that has generated changes in the consumption of products such as clothing, drinks, cinema, music and even tourism, but mainly in the way drug traffickers are perceived as idols and role models. In this way, a certain sector of the population would like to become a drug trafficker or resemble one of them as much as possible, regardless of the short-term or mid-term effects of this activity, not only on the individuals themselves, but also on their families, the society and the Mexican culture.

Keywords: Narcoculture, Culture, Violence, Narcocorridos, Drug ballads, Drug trafficking, Tourism, Narco-dramas

1. Introducción

Cuando se habla de tradiciones hermosas, comida exquisita, música llena de ritmo y sabor en ocasiones interpretada por esos hombres vestidos de traje negro con sombreros grandes, conocidos como mariachis, se sabe, sin duda alguna, que se trata de la Cultura Mexicana, que ha logrado trascender en todo el mundo gracias a los grandes aportes e iniciativas en el arte y la creatividad que representan a los mexicanos como seres únicos.

Sin embargo, esta rica cultura se ha tenido que enfrentar a diversos cambios y transformaciones ocasionados por la interacción con otras culturas. Además, existe un fenómeno que ha impactado de manera dramática la cultura mexicana: el narcotráfico.

Se debe recordar que «[...] la cultura puede ser utilizada para unir, pero también para dividir» (Arizpe, 2011; pág. 1).

El concepto de narco puede ser tomado desde dos vertientes. La primera se refiere al aspecto económico, desde el cual el narcotráfico incluye la producción, distribución y comercialización de drogas. La segunda vertiente importante es la simbología, donde el narcotráfico se involucra con la cultura como representación. El narcotráfico, tomado desde el aspecto cultural, engloba la interpretación que la sociedad hace acerca de este fenómeno por medio de los símbolos que éste da a conocer a través de diferentes medios, como las narcoseries, los narcocorridos, la moda y otros, asociándolo al éxito y la opulencia, y generando que las mentes jóvenes de México deseen ingresar a este negocio al percibirlo como un símbolo de admiración y respeto, sin cuestionar las consecuencias negativas a corto y medio plazo.

De esta interpretación y apropiación simbólica del narcotráfico surge una nueva cultura, denominada narcocultura, que influye en diversos sectores de la sociedad que buscan una identidad a través de esta forma de vida. Pero ¿por qué las personas se sienten identificadas con la narcocultura y qué provocó el crecimiento desmedido de ésta?

2. Adopción de una identidad individual y colectiva en la narcocultura

Los seres humanos crean su identidad a partir de la interacción con otros individuos, tomando lo que se considera indispensable y dejando a un lado lo que se cree innecesario, de acuerdo con experiencias, deseos y anhelos personales. Según Huerta Orozco:

Establecemos que la conducta de una persona es la manifestación visible de sus convicciones y deseos, derivada de un proceso de evaluación introspectivo y razonado dentro de su propia escala de valores, misma que obedece a la satisfacción o no de las necesidades individuales reales de cada persona (Huerta Orozco, 2018, párrafo 20).

La identidad va ligada al desarrollo de un sentido de pertenencia a los grupos socioculturales con los que se comparten características. Así, las creencias, los valores

y las conductas que se presenten en el entorno impactarán de manera positiva o negativa la identidad de las personas y los grupos.

La identidad colectiva se forma cuando el individuo busca la aceptación de un grupo o grupos, pero también cuando busca ser diferenciado de otros. El individuo busca principalmente un sentido de pertenencia y afecto al colectivo que ha elegido. De esta manera, las personas que deciden ingresar al narcotráfico se pueden sentir identificadas con sus conductas, creencias y valores, pero también hay una búsqueda de satisfacción de necesidades de diversa índole.

Sentir o percibir una necesidad real como satisfecha puede hacer que la persona se sienta motivada, identificada y comprometida, convencida de que se ha creado un vínculo con la organización o con la persona que proporciona el satisfactor (Huerta Orozco, 2018, párrafo 28).

Las personas vinculadas al narcotráfico pueden llegar a percibir ese sentido de pertenencia al grupo y, al mismo tiempo, a sentirse diferentes a otros grupos, aunque en ocasiones solo se sigan estereotipos representados a través de las narcoseries, la música, el cine y la moda.

3. El consumismo como generador de la narcocultura

El capitalismo ha generado un consumismo exacerbado, en el cual las personas adquieren productos por simple moda, sin razonar o pensar en la procedencia o el mensaje del producto ofertado. De esta forma, el narcotráfico ha logrado permear el mercado con productos que representan una vida lujosa, sin que los consumidores se pregunten sobre el impacto de este consumo, aceptando así los mensajes representados en los medios de comunicación. Según la Dra. Anajilda Mondaca Cota:

El consumo suntuario, expresado en la narcocultura, cristaliza aspiraciones de éxito y poder. También lo hace idealizando una condición de grandeza para quienes participan de ella, a través de elementos visuales portadores de una estética, que son objetivados en los espacios que habitan. Este sentido de vida es símbolo del poder del consumo otorgado por el dinero fácil y rápido, un consumo excesivo, producto del nuevo orden

que representa el neocapitalismo, emergido como un comportamiento social masificado, característico de las sociedades de consumo y promovido fuertemente por los medios de comunicación, que al ser interiorizado por los actores de la (narco)cultura, enuncia estilos de vida materializados en objetos y productos (Mondaca Cota, 2015; pág. 36).

Así, la narcocultura ha tenido un enorme crecimiento debido al consumo de los productos que ofrece, pues pasó de ser una forma de representación exclusiva para los narcotraficantes a ser una forma de identidad para toda una sociedad, principalmente de jóvenes y de zonas marcadas por el narcotráfico. La diversidad de productos va desde ropa, música, cine, arquitectura, bebidas hasta religión y turismo.

Un ejemplo de este crecimiento es la línea de ropa inspirada en Joaquín Guzmán Loera, “El Chapo 701”, creada por Emma Coronel, quien debutó dos días antes del juicio de su esposo en la LXXI Feria de IM Intermoda 2019 de Guadalajara, donde disfrutó una de sus mayores ventas. Las prendas usadas por los narcotraficantes suelen ser camisas de seda con un estampado llamativo y tienden a expresar el excesivo gasto de dinero en ellas; este estilo es adoptado principalmente por los “Juniors” como una forma de representación para dar a conocer su poder y economía. En el caso de las mujeres, son bolsos de diferentes marcas, así como ropa entallada y zapatillas altas, dando vida a las buchonas.

En cuanto a la industria musical, existen los narcocorridos, los cuales narran la forma de vida de los narcotraficantes, incluso cómo se ingresa a este negocio. Al principio, los narcocorridos tenían como objetivo relatar lo que estaba sucediendo, contar los motivos de las personas para ingresar al narcotráfico y cómo algunos eran obligados a pertenecer a esta actividad. Un ejemplo es el narcocorrido “El campesino y el narco” de la Banda Zirahuen, donde relatan lo siguiente:

*Llegó una troca del año a donde estaba un viejito
Él trabajaba sus tierras, aunque lo hacía despacito
Para comenzar la historia era un pobre campesino
Se baja un hombre armado escoltado por sus gentes
Necesitamos tus tierras para seguir
Trabajando quieres que lo haga a la mala
O quieres ir cooperando*

Con el paso del tiempo estos corridos han ido cambiando y ahora tienen como objetivo dar a conocer el poder y la lujosa vida de los narcotraficantes e, incluso, son producto de la admiración que los propios grupos musicales sienten por algunos personajes vinculados al narco, como el caso de Calibre 50, con su narcocorrido dedicado al “Chapo” Guzmán, titulado “Se volvió a pelar mi apá”, el cual relata lo siguiente:

*Se preguntan en los Pinos
Cómo se pudo fugar
Si cargaba brazaletes
Y traía marca personal
El capo no dijo adiós
Porque odia las despedidas
Cuentan del pasillo dos
El Chapito traía prisa*

Con la fama que alcanzaron los narcocorridos, más grupos como el Komander, Los Tigres del Norte, Los Tucanes de Tijuana, Gerardo Ortiz, entre otros, hicieron más producciones de este tipo, pues a las mentes jóvenes les gusta la letra, mientras que a los narcos les sirve para dar a conocer su poder. Incluso en Ciudad Juárez, algunos narcocorridos eran utilizados para anunciar la muerte de algún narco o algún próximo ataque, provocando que la música mexicana sea considerada como generadora de violencia. Por consiguiente, hasta la música tradicional ha sido confundida con narcocorridos y, justamente en el libro *El Juicio del Chapo*, Jesús Esquivel (2019) relata que las personas, al escuchar la canción “Un puño de tierra” de José Alfredo Jiménez, la confunden con un narcocorrido, lo cual hace reflexionar sobre el impacto que el narco está teniendo en la cultura mexicana. En realidad, la canción “Un puño de tierra” es un símbolo importante en la cultura mexicana, ya que los mexicanos la suelen escuchar en los panteones durante las festividades del Día de Muertos, pues sirve como recordatorio de que la vida es corta y hay que disfrutarla.

En el mercado de las bebidas también está el ejemplo de la cerveza artesanal que empezó a producir el hijo del “Chapo” Guzmán, la cual tiene como logotipo la cara de su padre para incrementar así el nivel de sus ventas, atrayendo a sus seguidores a comprarla, pues los hace sentir que ahora están más en contacto con su personaje.

Por otra parte, uno de los géneros que más producción y consumo ha tenido recientemente son las narcoseries, donde se representa la vida de los narcotraficantes

llena de poder, lujos, casas, autos y fiestas. En estas narcoseries, se romantiza el narcotráfico, provocando que los consumidores de este contenido admiren a los narcotraficantes y deseen parecerse a ellos tanto como sea posible.

Este contenido no sólo impacta a adultos y jóvenes, sino que los niños también son consumidores de las narcoseries. Basta recordar que «Nuestros niños ven la televisión durante horas y horas, antes de aprender a leer y escribir» (Sartori, 1997; pág. 36). Esto provoca que los niños sean violentos y que incluso muchos de ellos sólo tengan la aspiración de llegar a ser narcotraficantes.

Tenemos entonces contenidos televisivos que hacen alusión directa al tráfico de drogas, a matar, cercenar y torturar, exponiendo a la par las bondades de pertenecer a organizaciones delictivas, expresadas a través del capital económico: camionetas, alcohol, drogas, mujeres, casas, dinero, joyas, ropa de marca y lujos al por mayor. Esta ecuación de violencia extrema, consumo de drogas y delitos, se suma al posicionamiento de los bandidos y narcotraficantes como semihéroes en nuestra sociedad, proyectados como seres capaces de ayudar al pueblo, incluso más que gobernantes y políticos (Delgadillo, 2017, pág. 94).

La religión también ha sido utilizada para fomentar la narcocultura, ya que los narcotraficantes han modificado la religión católica y se han encargado de establecer sus propios santos, como “Jesús Malverde”, pues consideran que los va a proteger y que serán perdonados por todos los delitos que han cometido. Además, se realizan actos de beneficencia social en los lugares donde se encuentran, logrando que también los pobladores los protejan.

Todo esto provoca que la narcocultura crezca cada vez más, pues las personas que tienen una extrema admiración por el narcotráfico lo perciben como algo “bueno”, idolatran a los capos y sueñan con llegar a ser como estos delincuentes para tener una vida llena de lujos.

4. El turismo y el narcotráfico

El turismo representa una fuente importante de ingreso para aquellos lugares con atracciones para visitantes nacionales y extranjeros. Sin embargo, este sector también se ha visto afectado por los negocios desarrollados por el narcotráfico y por la narcocultura generada a partir de éste. Tal es el caso del turismo en Culiacán y Mazatlán, cuyas playas, tradiciones y cultura que en el pasado atraían a los turistas a visitar estos lugares, ha quedado rezagado, pues en los últimos años los turistas acuden a los llamados *narcotours* ofrecidos por los taxistas de la zona, quienes se encargan de llevarlos a conocer los lugares donde ocurrieron balaceras y asesinatos o donde los capos hayan estado. La idea de estos *tours* viene de Colombia pues, de igual manera, mucha gente tenía la intención de conocer los sitios donde había estado uno de los grandes capos de aquel país: Pablo Escobar. A partir de este ejemplo, otros lugares adoptaron esta nueva modalidad de turismo.

En México, los paquetes de estos *tours* incluyen visitas al lugar donde fue detenido por primera vez el “Chapo” Guzmán, el estacionamiento donde fue asesinado el hijo de este personaje y los panteones con grandes estructuras arquitectónicas donde están sepultados los cuerpos de los narcos. Los taxistas se encargan de mantener el interés y durante el recorrido cuentan la historia de cuando el “Chapo” entró en una marisquería y pagó todo lo que los comensales hubieran pedido con la condición de no dar aviso a las autoridades y otras historias semejantes.

Uno de los sitios más visitados es la Capilla de Jesús Malverde ubicada en Culiacán, que es concurrida por varios devotos y turistas que desean conocer este sitio y observar cómo los narcotraficantes han modificado diferentes aspectos de la vida cotidiana.

Otro ejemplo del impacto del narcotráfico en la cultura es el “Museo del Enervante” de la SEDENA, cuyo objetivo era visibilizar las consecuencias y la violencia que el narcotráfico acarrea consigo. Ciertamente, el museo tuvo una gran demanda turística que más bien correspondía a la admiración ocasionada por el narco en la sociedad. En este museo se exhibía ropa, armas, celulares y objetos preciados de los narcotraficantes que han sido detenidos o han muerto. No obstante, el objetivo deseado no se logró, así que optaron por cerrar el museo.

Aunque este tipo de *tours* hace que la economía fluya, provoca un impacto negativo en la sociedad, debido a que van quedando en el olvido los símbolos que representan la cultura mexicana tradicional, como la estatua de Pedro Infante en Mazatlán, que anteriormente era visitada por mucha gente, pero ahora ha quedado prácticamente en el olvido.

5. Conclusión

El objetivo general de este texto fue dar a conocer la influencia que ha tenido el narcotráfico en la cultura mexicana, dando paso a una narcocultura. Asimismo, se mostraron las principales razones que han conducido a que este tipo de cultura crezca cada día más.

La narcocultura radica en el consumismo extremo de productos extravagantes que enfatizan al individuo como alguien adinerado a quien no le preocupa nada y puede obtener lo que quiere de manera fácil, pues es de esta manera como lo describen los medios de comunicación que se encargan de mantener un perfil romantizado de los narcotraficantes, quienes son personajes llenos de lujos y adrenalina diaria, provocando así que los seguidores del narcotráfico quieran tener este estilo de vida.

Sin embargo, la narcocultura no sólo daña la identidad de las personas que pertenecen a este colectivo, sino también arrastra a la sociedad. Entre todas las atrocidades que esta narcocultura ha provocado, una de las peores es la impresión errónea de la verdadera cultura mexicana ante el mundo a través de la música, las series y las películas que han contribuido a manchar la imagen de México y su sociedad.

Referencias

- Arizpe, L. (2011). Cultura e identidad. Mexicanos en la era global. En *Revista de la Universidad de México*. No. 92, pp. 70-81. México UNAM. Recuperado de: <http://www.revistadelauniversidad.unam.mx/9211/pdf/92arizpe.pdf>
- Baca, G. (2017). Aproximación a la narcocultura como referente de la construcción identitaria de jóvenes en México. En *El Cotidiano*. No. 206, noviembre a diciembre de 2017, pp. 59-67. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco, Distrito Federal, México. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/325/32553518007.pdf>.

Banda Zirahuen "El Orgullo de Michoacán" Ft. Efraín Toledo (2017). El campesino y el narco. En *El campesino y el narco* (CD). México: Phoenix.

Calibre 50. (2015). Se volvió a pelar mi apá. En *Historia de la calle* (CD). México: Andaluz Music.

Delgadillo, G. (2017). Televisión y narcocultura. Cuando los narcos se ponen de moda. En *Interpretextos*. Vol. 17, Primavera de 2017, pp. 87-97. Universidad de Colima. Recuperado de: http://ww.ucol.mx/interpretextos/pdfs/964_inpret1710.pdf.

Esquivel, J. (2019). *El Juicio: crónica de la caída del Chapo*. México: Grijalbo.

Huerta Orozco, A. (2018). El sentido de pertenencia y la identidad como determinante de la conducta, una perspectiva desde el pensamiento complejo. En *Revista de Investigación Educativa de la REDIECH*. Vol. 9, No. 16, 2018. Red de Investigadores Educativos Chihuahua A. C. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5216/521654339005/index.html>.

Jiménez, E. (2014). Mujeres, narco y violencia: resultados de una guerra fallida. En *Región y Sociedad*. No. 4, 2014, pp. 101-128. El Colegio de Sonora Hermosillo, México. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/102/10230108005.pdf>.

Lara, E. (2005). El narcocorrido como representación social: esbozo teórico para un abordaje desde la psicología social. En *Revista electrónica de psicología Iztacala*. Vol. 8, No. 1, pp. 57-75, marzo de 2005. Recuperado de: <https://www.iztacala.unam.mx/carreras/psicologia/psiclin/vol8num1/art3-n1-05.pdf>.

Mercado, A.; Hernández, O. y Alejandrina V. (2010). El proceso de construcción de la identidad colectiva. *Convergencia, Revista de Ciencias Sociales*. Vol. 17, No. 53, mayo a agosto de 2010, pp. 229-251. Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, México. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/105/10513135010.pdf>.

Mondaca Cota, A. (2015). Narrativa de la narcocultura. Estética y consumo. En *Ciencia desde el Occidente*. No. 2, 2015, Vol. 1, pp.29-38. Universidad de Occidente, Culiacán. Recuperado de: <http://uadeo.mx/sitio/images/archivos/cienciadesdeeloccidente/2016/VOL1/VOL1%20No2%202015%20ART%20C3%8DCULO%204.pdf>.

Oleszkiewicz-Peralba, M. (2010). El narcotráfico y la religión en América Latina. En *Revista del CESLA*. Vol. 1, No. 13, 2010, pp. 211-224. Uniwersytet Warszawski Varsovia, Polonia. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=243316419017>.

Sartori, G. (1997). La primacía de la imagen. En *Homo Videns. La sociedad teledirigida*, pp. 35-41. México: Taurus.