

Narcocultura, medios y producción cultural

La música es uno de los instrumentos predilectos de los cárteles mexicanos para difundir sus acciones, relatos musicales que se convierten en contenidos virales en redes sociales y mensajería instantánea. Así rompen el cerco informativo que durante años ha impuesto el discurso oficial del gobierno federal en los medios de comunicación industriales y convencionales.

México era un paraíso. El horizonte de prosperidad y abundancia se nubló a causa del miedo y la desazón que la violencia generada por los cárteles de la delincuencia organizada esparció como una peste que contaminó la raíz de la sociedad y la está minando lentamente.

Y aunque la creencia de que el narcotráfico siempre ha existido en México —ese “siempre” se refiere a principios de siglo XX, cuando el gobierno consideró ilegal el consumo de sustancias como la marihuana—, sus estragos no habían provocado una crisis social como la que se ha experimentado en los últimos 30 años con cientos de miles de muertos, miles de desaparecidos, pueblos fantasmas y un país sembrado con cuerpos enterrados en fosas clandestinas, entre otros resultados.

Los mexicanos nos acostumbramos a convivir con la violencia, pero no solo eso, también nos habituamos a consumirla a través de las noticias y de las producciones culturales como son: música, literatura, cine y series de televisión.

Ostentación y consumo desmedido

Para entender mejor el efecto que el narcotráfico y el crimen organizado tienen en la sociedad a través de los medios de comunicación, es necesario precisar qué se entiende por “narcocultura”. De acuerdo con la investigadora de El Colegio de la Frontera Norte, de México, Sayak Valencia, “la narcocultura es una forma de vida y socialización cotidiana que cuenta con elementos de distribución de sentido y pertenencia basados en una indumentaria abigarrada y costosa, un género musical popular (“narcocorrido”), un subgénero cinematográfico (videohome), unas prácticas de hiperconsumo ostentoso y un estatus social característicos” (Valencia, 2016).

En este sentido, el investigador Edgar Morín Martínez en su libro *La maña* (Morin, 2016), refiere: “Narco es un término muy corto para todo lo que implica. Lo mismo sustantivo o adjetivo calificativo, su presencia es cada vez más visible, a ratos híper-visible por la intervención de los medios de comunicación masiva y la propaganda gubernamental hecha spot...”.

Con su masificación y banalización, el estilo de vida de los narcos parece haber llegado para quedarse. Y con ellos una subcultura que nos inundó con términos y conceptos como narco; narcocorridos, sicario; matón; levantón, decapitación, cártel, buchón(a); capo; capisa; ondeado; loquear; perico; periquear; alinear o coquear; caspa del diablo; soda; doña blanca; harina o talco; yerba; mota; motero; mariguanero(a); gallo; goma; dormilona, dormidera, chiva, caldo y caldear; pasta, cachimba; cuero de rana; billete verde; pacas; kilos; lavado; blanquear; coronar; traficar; poner dedo o sapear (de sapo o delator); descabezamiento; torturación; pechera y empecherado (que usa chaleco antibalas); cuerno; fierro; papa (granada); piso; darle piso; frío; enfriar; tumbar (matar); plomear; topar; topón; topada.

El narcocorrido, entendido como las canciones que narran las historias de vida de traficantes y sus grupos delincuenciales, se convirtió en la versión popular de las noticias

La investigadora de la Universidad Autónoma Metropolitana en Ciudad de México, Gloria María Cervantes, maestra en Ciencias del Lenguaje y coordinadora del grupo de investigación Discursos Sociales y Comunicación, sostiene que no se trata solo de términos, sino de un nuevo discurso que emerge del imaginario de la gente y que se ha modificado a partir de las experiencias derivadas de la violencia vinculada al crimen organizado.

La narcocultura es reflejo de una cultura de consumo promovida tanto en medios de comunicación industriales como en internet, donde el estilo de vida de los narcotraficantes se difunde a través de canciones y vídeos que exponen sus elementos simbólicos: armas, autos y camionetas de lujo, joyas, alcohol, fiesta, mujeres trofeo y dinero.

Como el reflejo en un espejo, la industria cultural ha recreado esta realidad con resultados exitosos en términos de rentabilidad económica y elevadas audiencias multinacionales que se aproximan a esta problemática a través de la narrativa impuesta por las empresas del espectáculo que producen series, novelas y películas sobre el narcotráfico. Basados muchas veces en acontecimientos reales, estos contenidos han contribuido a facilitar el acceso de la población a la visión del mundo desde la perspectiva de la industria criminal.

La historia del narco ha fascinado a los creadores: guionistas, escritores, actores y músicos, se han volcado en recrear la vida y hazañas de estos personajes. Su discurso se ha convertido en una versión aceptada por el público que contrasta o complementa dicha información con la que plasman los medios en las noticias, donde el narcotráfico ha tenido un papel preponderante.



Victor Coyote Aparicio 19

Control y censura oficial en medios

Por otro lado, para impedir que los grupos delincuenciales y cárteles impusieran su agenda, en los medios de comunicación se impulsó *El Acuerdo para la Cobertura Informativa de la Violencia en México*: un intento fallido de autorregulación, que buscaba controlar la información que se publicaba con respecto a las acciones violentas llenando páginas y portales con partes oficiales. El corazón de dicho documento consigna que México vive una situación de violencia sin precedentes que ha rebasado al Estado y por lo tanto los medios de comunicación deben asumir un papel central en la regulación de los contenidos informativos para evitar hacer proselitismo de hechos violentos del crimen organizado.

En la Etnografía de medios: la retórica de la guerra contra el crimen organizado en la prensa nacional, *El Universal, La Jornada y Reforma* de 2008 a 2012¹, escrita por María Alejandra Dorado Vinay y coordinada por Fernando Escalante del Colegio de México, se expone la manera en que el Estado convirtió el combate a los grupos delincuenciales en su principal tema de agenda pública. Se trató de encauzar dicha agenda centrándose en las acciones del gobierno federal y en la captura o abatimiento de los principales objetivos —líderes criminales— no en ocultar el hecho de que México vivía un derramamiento de sangre.

La respuesta de los medios de comunicación a la barbarie fue pobre y limitada, puesto que, como señala Dorado: “La prensa mexicana construye la realidad social en una condición histórica de falta de iniciativa para generar sus propias estrategias informativas y, sobre todo, sus propias narrativas”, lo cual resultó decisivo para la forma en que se construyó la narrativa de la guerra contra el crimen organizado durante el sexenio antepasado.

Esta “falta de iniciativa” fue aprovechada por el gobierno federal para delinear su propia narrativa del combate a los criminales. En los medios hegemónicos, y principalmente en los asentados en la capital del país, prevaleció la versión oficial y monopólica de la federación. Los medios de comunicación estatales, y de manera específica los medios regionales, no han escapado a la influencia del crimen organizado que los utilizó para promover y difundir las notas que convenían a sus intereses. Esto ha sido documentado ampliamente por periodistas de todo el país.

LISTA DE CORRIDOS DEDICADOS AL NARCO

No obstante, el intento del gobierno para imponer su visión en el combate a los cárteles fracasó; la producción cultural —música, cine, literatura y televisión—, fue un canal alternativo para implementar la difusión masiva de noticias y contenidos relacionados con la actividad delincriminal que paulatinamente ha cultivado un estilo narco que se manifiesta en el lenguaje, la vestimenta y el *modus vivendi* en diversas regiones de México. Palabras, conceptos y frases desconocidos hasta hace pocos años se arraigaron en la sociedad en amplia medida por su uso en los medios de comunicación.

Debido al control y la autocensura en los medios de comunicación hegemónicos —que se expresa en una pérdida de credibilidad hacia estos—, el caso del narcocorrido, entendido como las canciones que narran las historias de vida de traficantes y sus grupos delincuenciales, es emblemático puesto que se convirtió en la versión popular de las noticias, donde se relata lo que los periódicos, la radio, la televisión e internet no pueden o no deben contar.

Actualmente, el tema ya no ocupa las primeras planas ni los noticieros; los editores web centran su atención

en información de coyuntura; la razón es que el actual gobierno federal dio por terminada la guerra contra el narco iniciada doce años atrás por Felipe Calderón. Hoy se promueve una amnistía que va de la mano con un plan de pacificación y reconciliación nacional. Pero esto no significa que la violencia haya terminado o disminuido, simplemente no es prioridad informativa en medios convencionales. No obstante, en redes sociales, YouTube y blogs el contenido relacionado con la violencia de los cárteles es bastante popular.

El costo de contar la verdad

En el caso de los periodistas, también hemos sido parte de las cifras de víctimas de esta violencia. México está en la lista de países más peligrosos para ejercer la profesión. Lo mismo ha sucedido con cantantes y compositores de corridos y narcocorridos, los mensajeros que han sido asesinados por cantar las canciones de uno u otro cartel.

Uno de los casos más recientes y emblemáticos es el asesinato de Javier Valdez, reportero de *La Jornada* y estudioso del entramado criminal del narcotráfico en el estado de Sinaloa, cuna de algunos de los capos más famosos en la historia. A Valdez lo asesinaron al salir de sus oficinas, lo bajaron de su auto y lo obligaron a arrodillarse². Su cadáver quedó tendido en medio de la calle. El mensaje fue contundente para los medios de comunicación. Hay cosas de las que es mejor no hablar. Lamentablemente la muerte de Valdez no ha sido la última; hasta agosto de 2018 se tenían registrados ocho asesinatos y el más reciente se documentó en diciembre pasado en Nayarit, perpetrado por policías del estado de Nayarit que ya fueron detenidos.

La estrategia de difusión y control del narcotráfico en los medios de comunicación es compleja. Ejerce presión y censura a través de amenazas, ataques a redacciones o asesinato de periodistas; pero también emplea las relaciones públicas para que los medios ajusten sus líneas editoriales a los intereses de uno u otro capo o cartel. Incluso se han documentado casos en los que se ha revelado la coacción del narco a algunos periodistas quienes deben recibir pagos para redactar contenidos a modo o para guardar silencio.

La impunidad ha sido fundamental para que se atente contra la libertad de expresión; hasta el momento no ha habido alguna autoridad que proteja a los periodistas ni garantice su derecho a informar a pesar de las múltiples denuncias y recomendaciones de organismos civiles nacionales e internacionales. Esperemos que esta situación mejore y el deber de informar no se pague con la vida.

EL VOCABULARIO DE LOS NARCOS

El lenguaje representa la realidad. Y la narcocultura ha creado y adaptado una serie de conceptos para comunicar su cosmovisión. A continuación, explicamos algunos de estos términos:

- **Narco:** se refiere al negocio ilegal de la droga y también a quien ejerce esta actividad (se dedica al narco / ese hombre es narco).
- **Narcocorridos:** subgénero del corrido que habla de las actividades y vidas de los narcotraficantes y de sus actividades delictuales.
- **Sicario:** matón, asesino a sueldo.
- **Levantón:** secuestro. Se aplica cuando un grupo armado secuestra a un objetivo o a un rival en la calle, por eso se dice fue levantado, como un objeto que está tirado.
- **Decapitación:** cortar la cabeza de una persona, pero también se refieren a este acto como descabezamiento (sic).
- **Cártel:** grupo delictual.
- **Buchón(a):** ciertas especies de animales (aves, principalmente) inflan el buche. Por lo que así se denomina a los habitantes de la región del Triángulo Dorado (Sinaloa, Durango y Chihuahua), pioneros en

la producción de droga, que tienen esta característica física.

- **Capo; capisa:** jefe (a) de algún cártel.
- **Ondeadó:** que está en onda, es decir, bajo los efectos de alguna droga, principalmente cocaína.
- **Loquear:** drogarse.
- **Perico, periquear; alinear o coquear; caspa del diablo; soda; doña blanca; harina o talco:** Perico es una manera de referirse a la cocaína y los demás conceptos se asocian a su consumo (se periqueó, se alineó, se metió unos gramos de caspa del Diablo, etc).
- **Yerba; mota; motero; mariguanero(a):** Hace referencia a la marihuana y a quienes la trafican.
- **Gallo:** churro o cigarrillo de marihuana.
- **Goma; dormilona, dormidera, chiva, caldo y caldear:** Es una de las formas como se conoce a la heroína.
- **Pasta:** pastillas, tachas.
- **Cachimba:** lugar donde se venden drogas a camioneros o transportistas, principalmente cocaína y pastillas para ayudarles a mantenerse despiertos en carretera.
- **Cuero de rana; billete verde; pacas:** así se llama a los dólares, a la paga por la mercancía.
- **Lavado; blanquear:** se refiere al lavado de dinero ilícito del narcotráfico para registrarlo como dinero legal a través de un negocio que sirve como fachada.
- **Coronar; traficar:** coronar es cuando un cargamento logra cruzar la frontera de México y Estados Unidos exitosamente.
- **Poner dedo o sapear (de sapo o delator):** echar de cabeza, delatar.
- **Torturación:** acto de torturar.
- **Pechera y empecherado:** que usa chaleco antibalas. Generalmente son los sicarios quienes portan este blindaje al estar expuestos a enfrentamientos con grupos rivales y fuerzas federales.
- **Cuerno; fierro:** AK-47, rifle de asalto Kalashnikov.
- Papa (granada).
- **Piso; darle piso; frío; enfriar; tumbar:** matar, asesinar.
- **Plomear:** disparar, rafaguear con un rifle de asalto.
- **Topar; topón; topada:** enfrentamiento armado entre bandas rivales.

Gabino, L. (2017): *De Sicarios y Juglares, reflexiones sobre el narcocorrido*. México, Editorial Iztapalapa.

Valencia, S. (2010): *Capitalismo Gore*. Barcelona, Melusina.

Morin, E. (2000). *La Mañana*. México, Debate

Vinay, D. y Alejandra, M. (2013): *Etnografía de medios: la retórica de la guerra contra el crimen organizado en la prensa nacional, El Universal, La Jornada, y Reforma de 2008 a 2012*. Colegio de México.