



# **La romantización del narcotraficante en las producciones audiovisuales y su relación con la legitimación gubernamental y el marketing político**

## **The romanticization of the drug trafficker in audiovisual productions and its relationship with governmental legitimization and political marketing**

## **A romantização do narcotraficante nas produções audiovisuais e sua relação com a legitimação governamental e o marketing político**

**Sofía Gómez Sánchez<sup>1</sup>**

**Universidad de Guadalajara**

[sofiagomez685@gmail.com](mailto:sofiagomez685@gmail.com)

*Fecha de recepción: 3 de noviembre de 2024*

*Fecha de aprobación: 18 de febrero de 2025*

*Fecha de publicación: 16 de junio de 2025*

---

<sup>1</sup> Licenciatura en Letras Hispánicas y Maestría en Historia de México en la Universidad de Guadalajara. Docente en el Departamento de Lenguas en El Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO-Guadalajara). ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-3663-3138>

## Resumen

El objetivo de este texto es mostrar que el auge y romantización, en series o películas, de personajes inspirados en mafiosos o narcotraficantes es posible debido a que estos no proponen un cambio en el sistema bajo consignas de reivindicación social, por lo que su existencia es inocua para los gobiernos hegemónicos y las élites. Incluso, tal romantización, modelada en el imaginario social a través de dichas producciones, puede abonar a la legitimación gubernamental y el marketing político que los gobiernos hacen de la lucha contra el narcotráfico. Algo que no funciona así con los líderes de movimientos sociales armados pues, aunque ambos dirijan o ejecuten acciones que infringen la ley, el tratamiento simbólico y fáctico que reciben por parte de los gobiernos es proporcional a lo que cada uno representa para el poder gubernamental. Esto influye en cómo la cultura popular y los productos mediáticos los retratan, y cómo el público y las élites responden a ellos.

**Palabras clave:** series, romantización, narcotráfico, comunicación sociopolítica, audiencia de masas.

## Abstract

The purpose of this text is to show that the rise and romanticization, in series or movies, of characters inspired by mobsters or drug traffickers is possible because they do not propose a change in the system under slogans of social vindication, so their existence is harmless for hegemonic governments and elites. Even such romanticization, shaped in the social imaginary through these productions, can contribute to governmental legitimization and political marketing that governments make of the fight against drug trafficking. Something that does not work like this with leaders of armed social movements, since although both lead or execute actions that infringe the law, the symbolic and factual treatment they receive from governments is proportional to what each represents for governmental power. This influences how popular culture and media products portray them, and how the public and elites respond to them.

**Keywords:** series, romanticization, drug trafficking, socio-political communication, mass audience.

## Resumo

O objetivo deste texto é mostrar que o auge e a romantização, em séries ou filmes, de personagens inspirados em mafiosos ou narcotraficantes é possível porque eles não propõem uma mudança no sistema sob slogans de reivindicação social, de modo que sua existência é inócua para os governos hegemônicos e as elites. Além disso, essa romantização, moldada no imaginário social através dessas produções, pode contribuir para a legitimação governamental e o marketing político que os governos fazem da luta contra o narcotráfico. Algo que não funciona assim com os líderes de movimentos sociais armados, pois, embora ambos dirijam ou executem ações que infringem a lei, o tratamento simbólico e factual que recebem por parte dos governos é proporcional ao que cada um representa para o poder governamental. Isso influencia como a cultura popular e os produtos midiáticos os retratam, e como o público e as elites respondem a eles.

**Palavras-chave:** séries, traficantes de drogas, romantização, comunicação sociopolítica, audiência de massa.

## Introducción

¿Por qué es posible hacer una obra de ficción de Félix Gallardo y no de Lucio Cabañas? Es decir, ¿por qué hay tantas series o películas de narcotraficantes, pero ni por mucho las mismas de líderes de movimientos armados? Más allá de las respuestas de índole exclusivamente artística o de vigencia en el contexto social, hay dos más profundas e interrelacionadas: a ningún gobierno le gusta que lo cuestionen, mucho menos que lo confronten ideológicamente y este es el objetivo de los líderes guerrilleros. Por ello, la figura del narcotraficante puede ser utilizada para la legitimación y mercadotecnia política, contrario a la de líderes de movimientos armados. A su vez, al ponerse en juego planteamientos político-ideológicos se da una reacción que influye en todo, en las motivaciones artísticas, en las posibilidades para realizar la producción, distribución, incluso la aceptación del papel por parte de actores o actrices, así como en la recepción de quienes las consumen y las valoraciones de las élites.

Basta con hojear el catálogo en las plataformas actuales para observar que al agruparlas por listas temáticas unas de las más extensas son las que tocan estos tópicos, junto a las de detectives y asesinos seriales. Si enlistemos las series o teleseries que remiten a tiempos contemporáneos, alejados ya de los “clásicos” mafiosos del cine,

obtenemos un denominador común: la romantización de la figura del narcotraficante, entendida como una “idealización de elementos significantes que se le asignan a un objeto material o simbólico” (Chávez, 2019). Este tipo de series son de los productos audiovisuales más rentables, tanto en su momento en cines, en el caso de las películas, como en las plataformas de *streaming* de las que forman parte.

Dentro de los arquetipos de antihéroe, ¿por qué actualmente la figura del mafioso o del narco es una de las más socorridas cuando se retoman realidades latinoamericanas violentas? Remitiendo al contexto mexicano, para no hacer una lista extensa, qué producción pasaría por el crisol de la romantización a un Arturo Gámiz García, profesor rural y principal dirigente de la primera acción de la guerrilla contemporánea en México: el asalto al cuartel Madera, en Chihuahua, o a Ignacio Arturo Salas Obregón, alias El Oseas, de la Liga Comunista 23 de septiembre, al modo en que lo han hecho con El Señor de los cielos o El Chapo. En qué serie del siglo XXI se abordaría a Gámiz, al Oseas o a cualquier guerrillero con una empatía y una belleza masculina superior —siguiendo los estándares de belleza occidental— respecto del personaje real (Muñoz, 2023), como ocurrió con Diego Luna en su papel de Félix Gallardo, José María Yazpik como Amado Carrillo o Alberto Guerra como El Mayo Zambada en *Narcos: México*.

Claro está que el factor de la vigencia en el contexto social es determinante en la realización de las producciones, por eso, hoy abundan las producciones sobre narcos, pues mientras el narcotráfico ha permeado en el tejido social de tantos países, las guerrillas o movimientos de insurrección armada han ido desapareciendo. Así, la narco-cultura actual refleja e influye en la realidad de manera recursiva, eso ya ha sido analizado en una amplia cantidad de estudios académicos. Sin embargo, como sabemos lo que puede lograr la “magia” audiovisual cuando selecciona qué abordar, cabe preguntarse por aquello en que decide poner su atención.

¿Por qué considero que las series son aún más efectivas como ejemplos para reforzar lo que afirma este texto? Porque se alojan durante períodos extensos en la memoria, así como en la socialización masiva, lo que hace que impacten con mayor profundidad en los imaginarios. También porque se han convertido en convenientes productos masivos de consumo debido a su formato, lo que fortalece su producción al por mayor por parte de los emporios de *streaming* y su reproducción por parte los receptores. Esto lo potencian un par de elementos, lo ventajoso de mantener cautivos a los clientes

de las grandes plataformas, así como el ritmo de concentración que las redes sociales han impuesto, algo que las series emulan más al comparar la duración de un capítulo respecto de una película, así como a la posibilidad de elegir si se detiene su reproducción o si se continúa, en el caso de que las series estén completas.

Centrémonos un poco más en este aspecto, que refuerza lo dicho al inicio del párrafo anterior: el tiempo que tarda en verse una serie completa. Si tomamos el formato en el que se estrena un capítulo semanal, el lapso es muy amplio comparado con una película, incluso en las miniseries o en aquellas donde se ofrecen “en paquete” todos los capítulos desde el arranque de temporada. Además, en las series de varias temporadas, pasará un tiempo, por lo regular un año o más, para que llegue la nueva. Esto significa que la trama tiene un lapso extenso para alojarse en la memoria, y también permite una socialización de largo aliento del producto, sobre todo pensando en series que fácilmente se convierten en elementos de socialización masiva a través de las redes sociales. Todo ello impacta de manera profunda en el imaginario individual y colectivo, donde “la *representación social* de figuras criminales promovida desde estos contenidos genera atmósferas mentales poderosas que, a través de lo simbólico, encuentran una condición operativa que se aloja en imaginarios sociales más amplios” (Muñoz, C. 2023). Esta representación social abona a la legitimación gubernamental que se da por medio de la lucha contra el narcotráfico.

## **El uso de la figura del narcotraficante dentro de la mercadotecnia política**

Existe una relación relevante dentro de la legitimación gubernamental a través de la guerra contra el narcotráfico, pues la captura de grandes capos en la vida real se convierte en *slogan* de campañas, es decir, se inscribe dentro de la mercadotecnia política, “un proceso sistemático y susceptible de control, una herramienta fundamental para las campañas modernas que debe ser aplicada y adaptada para cada situación” (Baena, 2003). Esto lo ha puesto en marcha a la perfección el gobierno estadounidense, mientras que, en el caso mexicano, la legitimación y campaña en pro de su partido que intentó Felipe Calderón, en lo que denominó la Guerra contra el Narcotráfico, es prueba de un rotundo fracaso que le costó la sucesión de su partido en la presidencia, y para el país el saldo fue devastador: “alrededor de cien mil muertos” (Anguiano, 2014) solo en su sexenio, sin contar que dicha “guerra” desencadenó hasta hoy una violencia y criminalidad sin

precedentes, además de fortalecer una narco-cultura de la que forman parte las series de las que hablamos.

Ahora bien, los casos de México y Estados Unidos en estos procesos de legitimación y uso del marketing político están muy entrelazados, incluso cuando con Calderón tales intentos en ambos planos resultaron en fracaso, esto sigue comprobando su implementación, que no el resultado exitoso asegurado. Tenemos entonces que, lo que para un gobierno fue un fracaso de legitimación y mercadotecnia política, sin adentrarnos en las irreparables secuelas sociales, para el gobierno vecino han resultado fructíferas.

Podríamos enumerar varios casos sobre esta vinculación entre ambos gobiernos a lo largo de los últimos mandatos, algunos más espectaculares que otros, pero donde todos ilustran un proceso similar en su ascenso, cúspide y debacle, y, lo más significativo, su captura suele reportar un beneficio político más amplio para solo uno de los gobiernos: el estadounidense. Vayamos al caso más actual: la captura de Ismael Mario Zambada García, mejor conocido como El Mayo Zambada, el jueves 25 de julio de 2024, que Estados Unidos proclama como una estrategia de su gobierno y que, independientemente de si se trató de una entrega pactada con el gobierno mexicano o una detención exclusiva del gobierno estadounidense, lo cierto es que dicha captura ya ha sido usada por Biden como un logro de su mandato:

El presidente de Estados Unidos, Joe Biden, celebró la detención de El Mayo Zambada y Joaquín Guzmán López mediante un comunicado en el que elogió el trabajo de las fuerzas de seguridad estadounidenses, sin mencionar la colaboración con el Gobierno de México. En el comunicado, Biden subrayó la importancia del arresto “para salvar vidas estadounidenses del azote del fentanilo”.

Biden describió a Zambada y Joaquín Guzmán López como “dos de los líderes más notorios del Cartel de Sinaloa, una de las empresas más mortíferas del mundo”. El presidente destacó la labor de los funcionarios encargados de la aplicación de la ley por su continuo trabajo para llevar ante la justicia a los dirigentes del cartel. “Demasiados ciudadanos han perdido la vida a causa del azote del fentanilo. Demasiadas familias se han roto y sufren a causa de esta droga destructiva. Mi Administración seguirá haciendo todo lo posible para que los mortíferos narcotraficantes rindan cuentas y para salvar vidas estadounidenses”, concluyó. (Morales, 2024)

En la declaración del presidente estadounidense se observan los rasgos de la mercadotecnia política. Se puede inferir que la detención del capo mexicano, justo en este

momento, fue proyectada como mercadotecnia política no solo en beneficio del propio Biden, sino del partido demócrata, como un resultado concreto de todo el aparato gubernamental (en primera fila las organizaciones contra el crimen organizado de las que hablamos arriba) para poner la balanza a favor de su partido en las próximas elecciones. Las detenciones significativas de capos o implicados directos del narcotráfico, como el caso de Genaro García Luna, parecen seguir un patrón: terminan por beneficiar, al menos en legitimación y mercadotecnia política, al gobierno estadounidense.

### **Análisis al discurso gubernamental, así como del personaje ficcionado del narcotraficante: el caso Mayo Zambada**

Cómo se modela la realidad y la ficción de narcotraficantes famosos si pensamos en la manera en se presentan en los noticieros respecto de las series; y cómo el narco real, mediado por el impacto y permanencia en el imaginario colectivo del personaje de ficción, es utilizado en la legitimación y/o mercadotecnia política de un determinado gobierno. Desarrollaré esta interrelación analizando el caso de El Mayo Zambada y el comunicado de Joe Biden sobre su captura, ambos ya mencionados en el apartado previo. Esta parte del texto no es un análisis exhaustivo ni cuenta con un corpus amplio como muestra, su función es a modo de ejemplo, ya que un trabajo pormenorizado tendría que ser parte de una investigación de largo aliento.

Tenemos que, a nivel lingüístico, en la declaración del presidente estadounidense, este define el impacto del fentanilo en la población como un “azote”. La intervención de su administración la formula en términos de “salvar vidas”, y los objetivos a combatir los califica como unos de los más “mortíferos”, tanto como empresas (el Cartel de Sinaloa), como los narcotraficantes (dentro de los que está Zambada). Un análisis crítico del discurso a estos elementos lingüísticos permite identificar la presencia de formas discursivas como la naturalización y el ocultamiento.

Neyla Pardo (2013), señala que en el discurso de grupos que ostentan el poder (en este caso, el gobierno estadounidense), están implicados los fenómenos de inclusión y exclusión sociales, que son determinados por dichas élites a través de formas discursivas como la naturalización y el ocultamiento, que forman parte de las estrategias culturales de dicha inclusión y exclusión. Pardo, quien retoma a Bourdieu, indica que

la naturalización consiste en tratar hechos sociales y culturales como si se tratara de elementos biológicos, físicos o químicos. Esto implica, de una parte, un

reduccionismo de lo psicosocial a los físico-biológico y, de otra parte, general un escenario conceptual en el que se consideran las acciones humanas como naturales. Desde allí, lo que es visto como natural se transforma en incuestionable, universal, obvio, normal e inevitable (pág. 141).

Lo declarado por Biden enmarca la lucha contra las drogas y el narcotráfico (hechos sociales) como algo natural, ya que al definirlo como un “azote” le confirió ya un nivel biológico, por tanto, la lucha se vuelve inevitable, a la vez que incuestionable, por tratarse de empresas y sujetos mortíferos, lo que recalca su carácter biológico, es decir, natural.

Ahora bien, esta naturalización no impide que se pueda combinar lo biológico y físico con lo religioso. De hecho, esa combinación hace que lo natural sea vinculado a lo religioso de manera indisociable. El “azote” del fentanilo mencionado por Biden, remite al intertexto del azote de las plagas del Antiguo Testamento. Esto hace posible que aparezca la figura religiosa por excelencia: el salvador (el gobierno estadounidense), así como la ejecución de su potestad: la salvación (el salvador delega la salvación de su pueblo sobre las fuerzas de seguridad y en los funcionarios encargados de aplicar la ley). Así como la lucha contra un enemigo que encarna el mal: ese “otro” (los carteles y los capos) que lleva a cabo las acciones “mortíferas”, por lo que es imprescindible abatirlo.

Acompañando este proceso de naturalización, se da también el de ocultación, que se refiere a la relación

entre conocer y desconocer, lo cual se expresa en el discurso en la puesta en escena comunicativa de conocimientos parciales, errores, relevancia de unos intereses sobre otros, fragmentación, distorsión, espectacularización, dramatización y otros recursos. De manera que el discurso público muestre algo distinto de lo que debe mostrar, propiciando que ciertos acontecimientos se minimicen, se jerarquicen de manera distinta (Pardo, 2013, pág. 141).

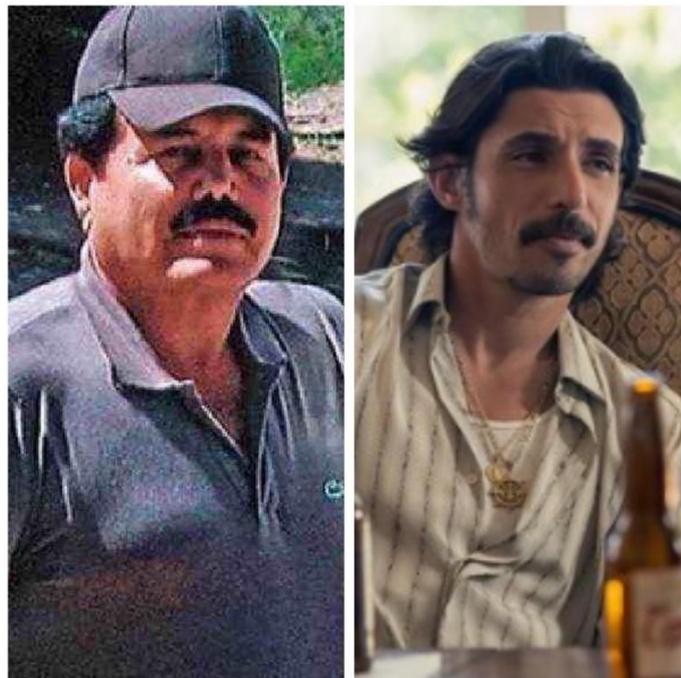
Varios de estos aspectos se dan en la narración tanto escrita (prensa, comunicados) como gráfica (fotos, imágenes, videos de su detención) de Zambada. El ocultamiento público de ciertos elementos permite que los intereses políticos del gobierno estadounidense se prioricen en la detención del capo mexicano, permitiendo un uso discursivo que funciona como mercadotecnia política.

Ahora, para adentrarnos en la otra parte de nuestra afirmación, analicemos la construcción ficticia de Zambada. No es el caso de mayor exposición en series, documentales o películas, queda muy por debajo de aquellas donde se retrata a El Chapo o a Amado Carrillo, de hecho, sus apariciones casi siempre están dadas por su relación

con El Chapo, sin embargo lo tomaremos para seguir la vinculación con el comunicado hecho por Biden aquí analizado, por su actualidad y porque, en esencia, la forma en que un narcotraficante de la vida real (incluso de uno totalmente ficticio) es retratado en una producción audiovisual con los rasgos propios de la romantización, siendo dicho proceso lo que buscamos resaltar en este texto.

Como podemos ver en la Figura 1, El Mayo que aparece en los noticieros y el personaje de diversas producciones audiovisuales es tan distinto que parecen dos seres sin más relación que el nombre. Aunque Zambada ha aparecido como parte de varias producciones audiovisuales como *El show: crónica de un asesinato*, *Narcos México*, *Los más buscados del mundo*, *Dope* o *El Chapo*, aquí tomaremos *Narcos México*, donde la romantización inicia desde que un atractivo y carismático Alberto Guerra da vida al joven narcotraficante, quien aparecerá hasta la temporada 3, episodio 2, minuto 21.

**Figura 1.** *El Mayo real y El Mayo de la ficción*



*Nota: Primera imagen, Ismael Mario Zambada García, El Mayo. En la segunda, Alberto Guerra interpretando al personaje de El Mayo en la serie Narcos México. Fuente primera imagen: CNN, 2018, <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-46204243>.*

*Fuente segunda imagen: fotograma de Narcos México, Instagram/@el\_guerra, 2021, <https://www.infobae.com/america/entretenimiento/2021/11/16/alberto-guerra-hablo-sobre-las-criticas-a-narcos-mexico-no-hay-ningun-tipo-de-apologia/>.*

Tijuana, 1990, boda de Enedina Arellano Félix. Con sombrero y traje, comiendo camarón, mientras la voz en inglés de la reportera lo presenta como “traficante

independiente”, hace su primer aparición Ismael El Mayo Zambada: “sin alianzas con ningún cartel, Mayo hacía lo suyo, transportaba camarones y otros cargamentos valiosos de su casa en Mazatlán hasta la costa y hacia Tijuana”, así cierra la presentación de la reportera, antes de dar paso a la escena en que Zambada le contesta a Benjamín Arellano que a él le gusta “ser su propio jefe”. Desde allí, las apariciones de El Mayo, aunque pocas, recalcan su independencia.

Para el episodio 6, vuelve a recalcar su deseo de ser “su propio patrón” frente a Enedina, a quien al final de la charla llamará “patrona”, lo que indica su distancia de cualquier organización particular, pero refuerza su sagacidad para entender el rol que debe seguir. Para el capítulo 7, encontramos a Mayo visitando al Chapo en la cárcel y, por primera vez, lo vemos proponiendo su vinculación a “Sinaloa”. Un par de escenas después está con Amado Carrillo, a quien le comunica que está con Sinaloa y le plantea su plan de tomar el lugar de los Arellano. Pero todo eso hay que hacerlo “calladitos”. Una vez que convence a Amado, comienza la “persuasión” con los independientes. Así es que vemos, de nuevo por primera vez, a un Mayo en medio de una acción violenta, aunque él esté con cerveza en mano, sentado y fumando, mientras un hombre es quemado vivo como medida persuasiva para los demás.

En el capítulo 9, Mayo vuelve a salir a cuadro. Diálogos breves, pero contundentes, siempre con el fin de “tantear el terreno”, ahora con un Amado que le aconseja regresar a Sinaloa. Para el final del capítulo 10, último de la tercera temporada y de la serie, lo vemos sentado en la cárcel con El Chapo, diciéndole que ya encontró el pedazo de frontera que andaban buscando: Juárez. Una vez que Amado ya no está, “el futuro le pertenece a Sinaloa”, le dice al Chapo como parte de sus líneas finales. Y es así como la serie retrata los inicios de la fuerza de El Mayo como parte de su relación con El Chapo; es decir, es el inicio de uno de los narcotraficantes más “callados” y de bajo perfil, que logró mantenerse con poder y libre hasta su detención el jueves 25 de julio de 2024 por el gobierno estadounidense.

Qué observamos en el relato. Además de la idealización en cuanto a rasgos físicos del actor que representa al narco real, tenemos una figura que trabaja fino, que sabe mantenerse al margen e involucrarse en los momentos precisos, luego de haber hecho un trabajo de campo de manera “natural”, tomando una cerveza y con expresión amable y ecuánime. No lo vemos en medio de las balas, solo en medio de gasolina y piel quemada cuando fue estrictamente necesario. A lo largo de sus apariciones siempre tiene un toque de visionario que termina por reforzar la empatía que ya inauguraba con sus rasgos físicos

y sus pocas, aunque certeras palabras. La romantización está dada, como en realidad está dada en buena parte de todos los demás narcotraficantes que aparecen en la serie.

Las series fortalecen la figura del narco, su personalidad y sus logros, tanto en el ámbito económico como de poder social, ¿qué pasa entonces cuando este sujeto romantizado por la ficción es capturado en la vida real por un gobierno? ¿Quién termina por ser el más poderoso en la realidad? Es decir, en la ficción, cualquier Estado o agente del orden puede fungir como “villano” sin mayor problema (Muñoz, 2023), de hecho, es un componente que abona a la política de la vida real, ya que las series suelen presentarnos al narco como el antihéroe que termina causando empatía en la audiencia. No obstante, en la realidad, ese gobierno, que es el “villano” de la ficción, ganará en legitimación y supremacía política. Más cuando el narcotraficante real no está provisto ya del carisma ni del atractivo físico mostrado en la pantalla, como podemos ver en la Figura 2. De este modo, la romantización del narco permitida en la ficción termina por operar exitosamente en el terreno político real, al menos el que conviene a determinados países. Este es el proceso de instrumentalización de un producto cultural dentro del marketing político.

**Figura 2.** *El Mayo actual y El Mayo de Narcos México*



*Nota.* En el círculo, Ismael Mario Zambada García tras su captura el 25 de julio de 2024. En la imagen mayor, el actor Alberto Guerra interpretando al personaje de El Mayo Zambada en *Narcos México*. Fuente: Quinto poder, 2024, <https://quinto-poder.mx/tendencias/2024/7/26/ellos-son-los-actores-que-han-dado-vida-el-mayo-zambada-en-series-de-netflix-32046.html>.

### **Ideología de corte independentista o de reivindicación social + armas: combinación no aprobada por aparatos gubernamentales o élites, y conflictiva para las audiencias**

Pensar el cine (hoy también las series) como arte o mero producto cultural o comercial, y no como un elemento que impacta, reproduce y legitima aspectos sociales

es privarlo de un componente esencial que le es intrínseco, pues, como señala Bruhn (2012), pese a que desde los primeros estudios filmicos se definió al cine primariamente como un arte, con la intención de afirmar su legitimidad cultural, negando o minimizando su carácter como medio de comunicación; dicha naturaleza es innegable (pág. 71). De allí que, es necesario analizar sus efectos sociales, así como las razones por las que existe una injerencia por parte de gobiernos o grupos de élite en los productos audiovisuales, incluso cuando dicha injerencia sea solo permitirlos o no censurarlos.

Por ejemplo, los análisis sobre la representación de la violencia en la ficción televisiva estadounidense propuestos por Gerbner y Gross desde tiempos tan iniciales, en términos de la historia de la televisión, como en la década de los 70, argumentaban ya “que la televisión “cultiva o forma las percepciones de la realidad de las personas, de modo que los espectadores que ven mucha televisión suelen tener ideas erróneas sobre el rol de la violencia en la vida cotidiana” (Bruhn, 2012, pág. 213). Es decir, el impacto social existe, de allí que sea tan relevante indagar por qué ha sido posible el auge de series o películas con un alto grado de representación de la violencia, pero que se inscriben en ciertos tópicos como el narcotráfico, y que, en cambio, cuando en un producto audiovisual hay ideología sociopolítica de por medio, los términos cambien abruptamente.

De nuevo, todo parece indicar que mientras una película o una serie no aborde tan románticamente a ningún líder de un movimiento social armado como se hace con los narcotraficantes, puede ser llevada a cabo y exhibirse masivamente. Aquí resuenan los ecos del viejo debate de un arte por el arte, el arte como entretenimiento o el arte como instrumento político, que finalmente pareciera que todo ocurre simultáneamente en buena parte de los contenidos audiovisuales cuando su fin no es exclusivamente ser un producto de consumo, y se busque o no por sus creadores(as). Ahora, qué opciones quedan para la expresión audiovisual de temáticas que sí hablen de líderes o movimientos sociales armados: el drama crítico, o mejor aún, el documental, la vía más inocua por ser la menos vista, y que, irónicamente parece perder su fuerza debido, justo, a su esencia realista.

Es cierto que abundan obras sobre revolucionarios —más que de revolucionarias— o de movimientos de insurrección social, pero hay que resaltar que se trata de aquellos que han pasado al panteón de la historia oficial. Esto lo han logrado porque son inocultables, porque transcurrió un lapso importante entre el caso y la actualidad, participaron grupos sociales diversos, no tangenciales, e incidieron en la realidad social e histórica de un país de manera innegable. A la postre, los gobiernos han logrado volverlos parte de su aparato de legitimación.

Pensemos, por ejemplo, que la resistencia armada contra dictaduras como la argentina o la chilena tienen un amplio repertorio audiovisual donde los protagonistas son los líderes o grupos de la resistencia armada, pero esto, además de que formó parte de la propia legitimación de las democracias que tras la dictadura tomaron el poder, ocurrió cuando los movimientos de izquierda mantenían plena fuerza discursiva, algo que ha cambiado significativamente durante el siglo XXI, pues, además de razones de tipo geopolítico, tras lo ocurrido con el ataque a las Torres Gemelas, se generó un trastocamiento de todo movimiento armado en el imaginario colectivo: el terrorismo se consolidó como elemento esencial en el discurso de los gobiernos y los *mass media*.

El caso de *Euskadi Ta Askatasuna* (ETA), grupo independentista vasco, también denominado por muchos como terrorista, es un ejemplo de cómo tras el 11-M se transformó el discurso y la percepción social del movimiento, así lo señalan varios de los integrantes de la organización, entrevistados por Jerónimo Ríos (2021), uno de ellos dice: “El 11-M fue el principio del final. Antes la lucha armada era un instrumento factible para cumplir un objetivo. Esto lo contaminó todo y fue como un cambio de paradigma de cambio de mentalidad del mundo entero” (p. 18). Sin embargo, un análisis a profundidad de todo esto tendría que ser materia de una investigación aparte.

Así pues, regresando al narcotráfico, mientras los narcos lo que hacen es comprar o fusionarse con los dirigentes políticos o con las élites que rigen los hilos económicos de los países —recordemos que el lavado de dinero es uno de los elementos más fuertes en las economías globales (GI-TOC, 2023)—, los líderes de movimientos armados lo que proponen es derrocarlos, pugnando por independizarse o instaurando su propia organización de poder. Acabar con criminales es posible, también con líderes de movimientos armados, sin embargo, mientras los primeros no manifiestan ni pregonan ideas de orden abiertamente político, los últimos es lo que hacen, es sobre lo que descansa su misión, y donde las élites y gobiernos identifican su peligrosidad. Que cabe aclarar, aquí no se está a favor de la romantización de los líderes de movimientos concretos, como tampoco se está buscando que termine la realizada con los narcos, lo que se busca es tratar de exponer por qué se hace con unos y no con otros.

Ahora bien, hay un factor clave que no hemos abordado: la audiencia. Los receptores también juegan un papel fundamental en la popularidad que alcanzan ciertos productos audiovisuales. Todo indica que para el televidente o espectador(a) consumir series o películas sobre narcotraficantes es algo cómodo a nivel ideológico, es decir, solo se debe juzgar al narcotraficante y sus actos, o a los policías y sus acciones, tomar partido,

y hacerlo está delimitado por lo que está bien o mal, aprobado o prohibido, lo que produce satisfacción o dolor dentro de un determinado sistema de creencias delimitado casi siempre por la misma trama de la historia. El universo moral es limitado, por lo que se puede tomar distancia más fácil de él. Al final, con la mafia o el narco todo se trata de enriquecimiento a ultranza.

Cuando se está ante un escenario y personajes reales (incluso podrían ser ficticios) que tiene como base una lucha social, con premisas políticas concretas, todo cambia para los receptores, pues se interpela a su propio sistema de creencias personal o de grupo. “Las ideologías representan problemas (reales o imaginarios) y conflictos o intereses de –o entre– grupos sociales. En donde la función de una ideología en esta estructura es proveer un esquema que sirva a los propios intereses en la representación de Nosotros y Ellos como grupos sociales. Pues ésta refleja Nuestros intereses sociales, económicos, políticos o culturales fundamentales” (Van Dijk, 1999, pp. 93-95). De modo que, cuando se trata de contextos sociales inherentes al espectador, esto deja de ser cómodo, pues tiene alcances en la interpretación de realidad mediata, no sólo en lo simbólico. Incluso cuando las historias no pertenecen al contexto cercano del espectador, siguen sin ser cómodas. Ya sea porque no se logra una vinculación con la audiencia al retratar realidades sociales distintas, marginales o, también, porque aun cuando se retrate una realidad ajena, al ser las consignas político-ideológicas la base, necesariamente interpelan al espectador, quien tiene que juzgar dichas ideas, no solo los actos mismos.

Esto impacta en la posibilidad de que series o películas sobre líderes de movimientos sociales armados se conviertan hoy en productos de alcance masivo, pues hay que resaltar esta falta de vigencia en el entorno social contemporáneo. La función e injerencia real de los líderes o movimientos sociales armados, al menos concentrándonos en Latinoamérica, parece haber concluido con el siglo XX, junto con su idealización a través de productos audiovisuales con un alcance masivo importante. Ya explicamos que documentales o productos de corte independiente siguen y seguirán existiendo, pero su público tiene un perfil predeterminado, que cuando suele llegar a tales producciones es por un interés personal, ideológico, previo.

## Conclusiones

Los productos audiovisuales son de los productos de consumo masivo que permean con mayor profundidad en los imaginarios colectivos, quizá solo rebasados por

la música (Gioia, 2021). Los revolucionarios forman parte de la lista de antihéroes por excelencia, esto se potencializa cuando el relato pasa a ser parte de obras literarias, musicales o cinematográficas. Por eso resulta significativo que tales antihéroes, al menos en el contexto actual latinoamericano y, concretamente, mexicano, se hayan desdibujado apenas entrado el siglo XXI y que su lugar pareciera ser ocupado por el narcotraficante. Algo que ha sido reforzado no solo por la industria del entretenimiento audiovisual, que, en su mayor parte, tiene su origen en Estados Unidos, sino que incluso está siendo legitimada en su expresión musical, poniendo a los corridos tumbados en la cúspide de ventas y reflectores mundiales.

¿Podemos explicar tal fenómeno tan solo argumentando que las expresiones culturales, en este caso, de la denominada narco-cultura, reflejan exclusivamente lo que ocurre en la realidad social? Las ganancias multimillonarias que reportan las plataformas de *streaming* con estas producciones (lo que a su vez refuerza el argumento anterior, ya que estas retoman la realidad social de tantos países Latinoamericanos), ¿es lo único que incentiva su realización y comercialización? ¿No hay ningún otro beneficio o intereses en su reproducción y permanencia?

A los gobiernos, ya no digamos a los que se ha beneficiado en su legitimación o como mercadotecnia política, sino incluso a aquellos a lo que no, como ha ocurrido con varios mandatarios mexicanos, teniendo a su máximo exponente en Felipe Calderón, ¿no les ha terminado por ser “conveniente” ese antihéroe que es inocuo ideológicamente, al menos respecto del guerrillero? A la élite socioeconómica, sin entrar en derroteros sobre sus nexos con el narcotráfico a través del lavado de dinero, ¿no les es también más “conveniente” alguien que solo tiene como objetivo enriquecerse y mantener el poder, que quien abandera consignas de reivindicación social que afectan directamente a sus intereses como élite?

Las audiencias siempre han mostrado clara inclinación por la comodidad, por los tópicos morbosos o superficiales cuando de entretenimiento se trata. Es una máxima conocida a lo largo de nuestra civilización. Sin embargo, desde tiempos tan antiguos como los del teatro griego clásico, la audiencia también ha mostrado lo proclive que es a asimilar ideologías a través del entretenimiento. No es gratuito que Esquilo haya tenido que exiliarse presionado por el gobierno en turno, ni que la tragedia griega haya sido examinada con ojo clínico por los mandatarios de entonces, incluso la comedia (Kadaré, 2006).

Los gobiernos y las élites han tenido injerencia directa en qué y cómo se reproduce el entretenimiento y sus manifestaciones culturales masivas. Hoy podríamos completar esto al afirmar que esa injerencia también está en qué se elige romantizar y cómo. En una película o serie se puede encarcelar o matar al guerrillero, al o a las/los cabecillas del movimiento, pero las ideas no se pueden atrapar y quedan vivas. He allí la afirmación central desarrollada en este trabajo: la cantidad de productos audiovisuales que tienen como figura al narcotraficante, sugiere que, al menos en ese universo ficcional, más vale un imaginario juvenil lleno de narcos que de guerrilleros.

## Referencias

- Anguiano, A. (2014). Calderón, aprendiz de brujo o la guerra como escape. *Región y sociedad*, vol. 26. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-39252014000600011](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-39252014000600011).
- Baena, J. (2003). El *marketing* político como instrumento metodológico de la comunicación política. *Estudios políticos*, núm, 34, pp. 35-50. [file:///Users/usuariofinal/Downloads/maria\\_marcela,+EP-03-n34-1227.pdf](file:///Users/usuariofinal/Downloads/maria_marcela,+EP-03-n34-1227.pdf).
- Bruhn, K. (ed.). (2012). La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa. México: FCE.
- Chávez, J. (2019). La romantización del narcocorrido en México. *ComHumanitas*, vol. 10, núm. 3. <file:///Users/usuariofinal/Downloads/Dialnet-LaRomantizacionDelNarcocorridoEnMexico-7443738.pdf>.
- GI-TOC: Global Initiative Against Transnational Organized Crime. (2023). Índice global de crimen organizado. <https://globalinitiative.net/wp-content/uploads/2023/09/I%CC%81ndice-global-de-crimen-organizado-2023.pdf>.
- Gioia, T. (2021). La música. Una historia subversiva. Ciudad de México: Turner.
- Morales, D. (2024). Lo que se sabe de la captura de Ismael ‘El Mayo’ Zambada y Joaquín Guzmán López. *El País*. <https://elpais.com/mexico/2024-07-27/lo-que-se-sabe-de-la-captura-de-ismael-el-mayo-zambada-y-joaquin-guzman-lopez.html>
- Muñoz, C. (2023). *Narcoseries* e inversión de roles: el narcotraficante como héroe frente al Estado como villano. *Cuicuilco. Revista de Ciencias Antropológicas*, vol. 27, núm, 85. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-84882022000300099](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-84882022000300099).
- Pardo, N. (2013). Cómo hacer análisis crítico del discurso. Una perspectiva latinoamericana. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Kadaré, I. (2006). *Esquilo*. Madrid: Siruela.
- Ríos, J. (2021). Terrorismo, legitimidad y militancia: Un Análisis Discursivo sobre ETA, *DADOS*, vol. 64, 1-33. <https://www.scielo.br/j/dados/a/kf3p634zsGBTpGDCTDZgCSr/?format=pdf>
- Van Dijk, T. (1999). *Ideología. Una aproximación multidisciplinaria*. Barcelona: Gedisa.