

LA CONSTRUCCIÓN DE LA ESTÉTICA DE LA MUJER A PARTIR DEL FENÓMENO DEL NARCOTRÁFICO EN COLOMBIA

J. Sebastián Castañeda Pisco

J. Sebastián Castañeda Pisco

**La construcción de la estética de la mujer a partir de fenómeno del narcotráfico en
Colombia**

Tutores:

Luis Ernesto Pardo Rodríguez

Fabiola León Posada

Juan Felipe Álzate Ponguta

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Facultad de comunicación social Bogotá, 02 de junio de 2019

LA CONSTRUCCIÓN DE LA ESTÉTICA DE LA MUJER A PARTIR DEL FENÓMENO DEL NARCOTRÁFICO EN COLOMBIA

J. Sebastián Castañeda Pisco ¹

Abstract

In this academic article, we reflect on the influence of the phenomenon of drug trafficking in the construction of women's aesthetics. The main objective of the writing developed below is to refer to several authors in the construction of the aesthetics of women, from the influence of drug trafficking in Colombia. First, there are researches and authors that analyze concepts such as: narco-culture, narco-aesthetics and feminine aesthetics; This in light of its social validation and reproduction of the media through narco-novels. The concept of narcoculture is deepened, encompassing both the problem of drug trafficking and the cultural dynamics of Colombia; Its main characteristics are manifested through language, music and television, reflected in the text entitled "Aesthetic transformations: narcoculture, the production of cultural values and the validation of the narco phenomenon" (Pardo, 2018).

Resumen

En este artículo académico se hace una reflexión en torno a la influencia del fenómeno del narcotráfico en la construcción de la estética de la mujer. El objetivo principal del escrito que se desarrolla a continuación es referenciar varios autores en la construcción de la estética de la mujer, a partir de la influencia del narcotráfico en Colombia. En primer lugar, se exponen investigaciones y autores que analizan conceptos tales como: narco cultura, narco estética y estética femenina; esto a la luz de su validación social y reproducción mediática por medio de las narco novelas. Se profundiza en el concepto de narco-cultura, el cual abarca tanto la

¹ Comunicador social para la paz egresado de la Universidad Santo Tomás, con experiencia en escritura en temas socio culturales, con el libro “Entre lo individual o y lo colectivo cuestiones afrocolombianas” de la Universidad Santo Tomás en el año 2017 el cual fue coautor.

problemática del narcotráfico, como las dinámicas culturales de Colombia; Sus principales características se manifiestan mediante el lenguaje, la música y la televisión, plasmadas en el texto que lleva por título “transformaciones estéticas: la narco cultura, la producción de los valores culturales y la validación del fenómeno del narco” (Pardo, 2018).

Palabras Claves:

Estética femenina, cirugías estéticas, narcotráfico, narco cultura, medios masivos, industrias culturales, consumo.

Introducción

Para analizar esta problemática, se profundiza en el papel que cumplen los medios masivos de comunicación como factor determinante en la aprobación de la narco cultura y su influencia en la configuración de una estética narcotizada. Los textos en los cuales se basará esta teorización serán “¿Y educar para qué? Representaciones mediáticas de narco cultura en los modelos del progreso económico y prestigio social” (Wlches Tinjacá, 2014) y “Deleitar denunciando: La narco telenovela de Gustavo Bolívar “Sin tetas no hay paraíso” marca el pulso de la sociedad colombiana” (Bialowas Pobutsky, 2011).

De manera seguida, se abordará el concepto de estética femenina a partir de un texto que profundiza el análisis psicológico de la construcción de la estética femenina; “Narco estética en Colombia: entre la vanidad y el delito. Una aproximación compleja” (Andrade, Dineya, & Parra, 2017) .

Desde el ámbito profesional de la comunicación social, se analizan fenómenos sociales, tales como el narcotráfico, y como llega a permear la cultura y transformar modelos estéticos como en la arquitectura, el lenguaje, el arte, y modelos estéticos, como el de las mujeres colombianas.

Auge del narcotráfico en Colombia

Las realidades que trastocan el narcotráfico en Colombia son muchas, donde la violencia marcó la historia de un país, las cuales en su mayoría influyeron en la construcción de la estética femenina en Colombia, transgrediendo los modelos estéticos tradicionales en complicidad con los medios masivos de comunicación por su constante reproducción de modelos estéticos.

En contexto, el narcotráfico que estuvo en auge en Colombia a mediados de los años 80's y 90's con reconocidos delincuentes como: Gonzalo Rodríguez Gacha, Gilberto Rodríguez Orejuela, Miguel Rodríguez Orejuela y Pablo Escobar (Atehortúa & Rojas, 2018), se gestaron dinámicas particulares desde las esferas más populares hasta las altas clases sociales del país, permeando así todas las esferas sociales, es así como Mata, (2013), expresa que “La historia del narcotráfico en Colombia, debido a su amplia influencia a nivel político, insurgente y social, también desemboca en una estética como remanente simbólico de nuevas formas de comprender y vivir la corporalidad”, fundados en el dinero ilícito generó que la narco cultura tomara un papel importante en la vida pública colombiana. En la zona antioqueña, una de las regiones donde impacta con más fuerza el narcotráfico, se transforma la escala de valores, las formas culturales con mayor intensidad; la pobreza, el desempleo, la marginalidad y la violencia, son el entorno donde las organizaciones del narcotráfico evoluciona y en lugares como la ciudad de Medellín se ve esa influencia, y es así como Palacios & Safford (2002), mencionan que “los jóvenes pobres encontraron nuevas oportunidades empleándose como sicarios en un contexto de banalización de la muerte”.

En el aspecto de ¿cómo se configuró la estética femenina? La narco influencia en gran medida aportó a la transformación del concepto de la estética de la mujer colombiana y su sensualidad, y así lo asegura Morin (1977b), donde “La mujer es un objeto que a la par de colecciones de autos, arte y propiedades, se ubica en la posición objetar del instrumento”. A partir de estas realidades se desenvuelve dinámicas que propician a la mujer jugar un papel determinante en el desarrollo de esta problemática social ya que es en sí misma un objeto de valor, poder y estatus. De esa sobrevaloración del modelo estético impuesto por la cultura narco, la cual atrae las miradas por ser una estética ostentosa, desmedida y banal. Este es el

escenario en el cual la industria televisiva enfoca su atención, ya que, a partir de la violencia y la particular estética que cautiva al espectador, se aprovecha el hecho de que la telenovela es el género más consumido en Colombia y en Latinoamérica.

Narcocultura

Cuando se habla de narco cultura se define como aquellas manifestaciones sociales que giran alrededor del mundo del tráfico de estupefacientes (Almeda, 2005). Tratándose de una manera de vivir y pensar de lo ilícito. La narco cultura es más una estética que una ética, ya que en sí misma expresa una cultura ostentosa en palabras del escritor Héctor Abad Faciolince, “los carros, las fincas, el cemento, los caballos, los edificios estridentes, la música ruidosa, la moda exótica y la tecnología ostentosa, hace parte de una idiosincrasia que la mayoría de las personas en Colombia la rechazábamos en su totalidad”.

Estas tendencias sociales son estéticamente llamativas, propiciando capturar la atención de la población femenina de Colombia, ya que en su esencia no hay que ser narcotraficante para habitar en sus valores y su mentalidad. En algún momento cualquier persona habrá soñado con el éxito fácil, con despertar y tenerlo todo, derrochar dinero en lujos innecesarios, bebida, viajes, sexo y drogas; ese sentir, ese pensamiento simplista es lo que nos identifica con lo narco, lo cual el autor Omar Rincón (2013), resume al afirmar que “La Narco-cultura que dice que para salir de pobre y tener poder todo vale: subir a las que sea y cómo sea, sin respetar leyes, reglas, instituciones, valores, cuerpos, éticas, vidas”).

En este sentido se identifica este fenómeno, porque hace parte de nuestra esencia y de nuestra historia como latinoamericanos, porque a pesar aborrecer sus actos siempre quien protagoniza el paradigma de un lo narco, representa el sentir del pueblo, es aquel joven sin oportunidades que por azar del destino le toco esa vida. Se confabula este fenómeno e interiorizamos su esencia cuando esta hace parte de nuestro lenguaje y relatos diarios, sus prácticas, sus pensamientos, éticas y valores: Cuando se intenta sobornar a un policía de tránsito, cuando encontramos heroico a un familiar que sin estudio ni esfuerzo ahora ostenta gran fortuna, cuando reproducimos letras de canciones de reggaetón, cuando se desea la

estética femenina de silicona y Botox, cuando consumimos series televisivas o narco novelas etc.

Los criterios claves de la narco-cultura son tener armas para tener la razón y el poder para imponer los caprichos o deseos personales, pasando por alto la ley e imponerse de manera corrupta, criterios que permea todas las esferas socio económicas con el argumento del dinero, donde este todo lo puede. La narco-cultura es, entonces, un resultado del capital, y no solo económico sino cultural, social y simbólico siguiendo lo argumentado por Bourdieu.

Arquitectura y Arte

Como se ha venido mencionando, la narco cultura se a instaurado en todas las esferas sociales del país a gran escala. Reflejo de esto se puede ver evidenciado en la arquitectura, que de manera ostentosa ha mostrado su poder, ya que este tipo de estructuras como, fincas, haciendas, clubes, edificios y casas mostraban el alcance del dinero para poder satisfacer el ego.

Varias historias son conocidas que relatan las grandes hazañas de los narcotraficante más conocidos, como por ejemplo la finca de Pablo Escobar “La hacienda Nápoles” la cual contaba alrededor de 3.000 hectáreas y una estructura con seis piscinas, 27 lagos artificiales, una pista de aterrizaje para aviones, helipuertos, hangares, gasolinera propia, la pista de motocrós más grande de Latinoamérica, edificios con decenas de cuartos. Contaba con caballerizas, establos, plaza de toros propia y 3 zoológicos con más de 1.500 especies de animales en los que se encontraban hipopótamos, avestruces y animales exóticos. Así lo cuenta Juan Pablo Escobar Henao, el hijo del ex capo narco Pablo Escobar Gaviria, cuenta cómo era la hacienda Nápoles, la mansión familiar en Colombia en una entrevista para el portal web “Noticias”.

Otra de las historias más sonadas sobre temas de estructuras ostentosas es la de “Chepe Santacruz, un narco de Cali, cuando no lo dejaron entrar al Club Colombia de la llamada «gente bien», mandó construir un club idéntico para su familia, y después compró a la gente

bien.”(Rincon, 2009). Esto referencia el estilo de vida dentro de la cultura narco y son unos pocos ejemplos exactos de cómo se configura esta estética de lo narco, la cual desarrolla de manera homogénea cada uno de sus componentes (lenguaje, arquitectura, música, estética). Su lenguaje es susceptible al análisis ya que, en sí, se ha catalogado como un dialecto propio de la cultura del departamento de Antioquia. Los investigadores José Ignacio Henao y Luz Stella Castañeda recolectaron en su libro *El parlache* «parlar (hablar) en el parche (la esquina)» más de 1.500 palabras que componen este modo de hablar paisa-colombiano y han identificado características de los modismos distintivos de la región con el fin de rastrear el origen de dicho dialecto, el cual es connotado de las clases más populares y de los sicarios de las grandes narcotraficantes de la ciudad de Medellín.

Este dialecto popularizado a grandes rasgos en todo el país se ha venido utilizando en varias esferas sociales habitualmente, o simplemente se hace una distinción y reconocimiento de ella, en otras palabras, es común reconocer el significado al cual se está haciendo alusión, a continuación, se presentan los términos más utilizados referidos por el autor Rincon, (2009):

Bajar: robar o matar.

Banderiar: poner en evidencia, señalar, molestar.

Cachiruz: marihuana.

Chumbimba: bala.

Enamorar: odiar, perseguir.

Gaga: metralleta.

Gonorrea: persona despreciable, insulto.

Gorzobia: insulto.

Me piso: me voy.

Muñeco: muerto.

Parcero: amigo, compañero.

Picado: petulante, orgulloso.

Pirobo: homosexual, insulto.

Sisas: afirmación.

Tamal: gramo de cocaína.

Tartamuda: ametralladora.

Torcido: traidor.

Traqueto: sicario, matón, narcotraficante que viajó a Estados Unidos a montar el negocio de la droga.

Video: suceso.

A manera de diccionario se muestran las definiciones de cada uno de los términos más comunes. A lo largo del texto se ha desarrollado varios aspectos importantes para entender

las dimensiones de este fenómeno del narcotráfico y como este ha atravesado de manera transversal la cultura colombiana.

Consumo cultural de las cirugías estéticas

Se ha evidenciado la fuerte influencia de los medios masivos de comunicación hacia el concepto de estética o de imagen (Bazán & Miño, 2015). Se pretende entender por qué se presenta esta dinámica de consumo de cirugías estéticas mediante la influencia de los medios masivos de comunicación y las producciones de consumo cultural en general.

En primer lugar, al hacer hincapié en el concepto de consumo cultural, se describe una economía de los bienes culturales, pero esta economía tiene una lógica específica; esta premisa contiene varios temas interesantes al análisis, ya que en primera instancia afirma que existe una economía hacia un consumo (Ortega, 2009). Es necesario entender el concepto de consumo en este contexto, el cual no parte necesariamente de la definición de consumo en su definición más simple la cual suscita “la relación que se establece entre un conjunto de bienes creados para satisfacer un paquete de necesidades, como una relación estímulo respuesta” (Senkel, 2006), donde no se responde al contexto al cual se quiere abordar en el presente texto, ya que no se encuentra una relación de cómo se da un consumo cultural, cual va más allá de un simple transacción.

En el interés de desarrollar dicha aclaración parafraseando a García Canclini para esta definición el cual menciona que el consumo es el conjunto de procesos socioculturales en que se realiza la apropiación y los usos de los productos (Garcia, 1995), Ya que estos ha dejado de ser un proceso meramente económico para convertirse en un proceso cultural en el cual las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social, como el espacio de diferenciación social y de distinción simbólica entre los grupos, como sistema de integración y comunicación como proceso de objetivación de deseos y como proceso ritual (García, 1999), esto como resultado de los diferentes nociones de los modelos de Canclini, el cual amplía el panorama del consumo hacia un ámbito cultural mucho más complejo.

Esta conceptualización del consumo direcciona en otro sentido el termino, donde se entiende el consumo cultural como "el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica" (Garcia,1993). En otras palabras es una práctica cultural que no responde directamente a los medios de producción, si no que este tipo de consumo se le otorga un papel articulador de prácticas culturales, en lo que se entiende que el acto de consumir no se limita a uso y gratificación, sino a una apropiación, una diferenciación, una posición en la sociedad, un acto de satisfacción del deseo, un acto de integración entre individuos que en su esencia el acto de consumir para Canclini se convierte en un ritual.

Contextualizando estos conceptos, es propicio enlazar como se ve este consumo cultural en los medios de comunicación y como estos influyen determinadamente en los individuos, los permea, los influye, los construye. Es así como Castaño (2016), establece que los productos de consumo cultural moldean la identidad social e influyen sobre la forma de actuar, de relacionarse, de pensar y de ser de las personas. Por ello, los medios en general deben asumir un papel responsable, porque su papel debe ir más allá de la simple transmisión de información y acontecimientos, de la etapa de la novedad tecnológica se debe transitar a la de la responsabilidad social, de compromiso con el entorno específico en el que se desenvuelven.

En este orden de ideas, sabemos que el constante bombardeo de los medios de comunicación de divulgar masivamente estereotipos poco reales, mediante varias producciones (telenovelas, concursos y propagandas), aportando a la construcción de la imagen corporal, generando una influencia social en los patrones culturales. El consumo de estos productos influye en gran medida en promover los estereotipos de belleza que condensan valores dominantes sobre el cuerpo en el acto de un discurso estético estandarizado que discrimina y excluye todo lo ajeno a él.

El consumo está implícito en que toda esta maquinaria mediática se refleja en las cirugías plásticas como el resultado tácita de esa relación compleja del consumo cultural, que

enunciaba Canclini, que va más allá de los “ valores de uso y de cambio” que de lo puramente mercantil, ya que se constituyen en valores simbólicos que inciden en el diario vivir y que modelan el actuar del individuo , que come , que ve, que lee, que música escucha, en este sentido las cirugías plásticas, vendrían siendo una causa y una consecuencia dentro de estas dinámicas, ya que son promovidas por medio de las producciones culturales y consumidas como fin único de reproducción de estereotipos estéticos.

“Las industrias de la moda y de las cirugías plásticas, están en auge en países latinoamericanos como Brasil, Venezuela y México, instalan una hegemonía en torno a los cuerpos que los obliga a ajustarse a los parámetros que ambas industrias se encargan de producir” (Vivero Marín, 2017).

Mostrando de esta manera como la industria instaura unos estándares muy detallados de lo que se debe considerar bello y agrede colateralmente a quienes no tienen estas características físicas. Es determinante ver qué tipo de características físicas son las que reproducen y se producen a la luz del fenómeno del narcotráfico, la narco estética femenina.

NARCOESTETICA

La estética femenina, la construcción social del deseo

Se habla de la estética femenina como factor importante en desarrollo del contexto de la narco cultura, la mujer y su vinculación entorno al narcotráfico, el cual ha estado determinado por su imagen de acuerdo con Córdoba (2010), la apariencia física de la mujer juega un papel determinante en el momento de satisfacer sus necesidades y deseos; incluso, el aspecto físico es considerado un requisito de aceptación en la sociedad; por tal motivo las “mujeres perfectas” o hechas por el bisturí, pueden tener más acceso a entornos del narcotraficante, ya que viven en un entorno de reconocimiento, narcisismo y exhibicionismo narco estético.

Por eso la mujer juega un papel determinante en este escenario ya que no solo hace parte del entramado lógico, si no estético y de estatus. Así lo refleja (Rincón, 2009), donde lo narco no es solo un tráfico o un negocio; es también una estética, que cruza y se imbrica con la

cultura y la historia de Colombia y que hoy se manifiesta en la música, en la televisión, en el lenguaje y en la arquitectura.

Es ahí donde convergen dos de los conceptos fundamentales para entender el contexto violento y sádico que se desarrolla tras bambalinas o en un inconsciente de nuestra sociedad, como un fenómeno como el narcotráfico, que codifica y moldea a seres vivos (mujeres) trasgrediendo su estética para así satisfacer una necesidad al servicio de la inmoralidad y el tráfico sexual.

En esa construcción se encuentra toda una industria que con ayuda de los medios de comunicación promociona y legitima las intervenciones estéticas, transformando el cuerpo en un fin en sí mismo que satisface una necesidad de aceptación social mediante la construcción de su cuerpo obteniendo un status sobre los demás. Feldman (2011), indica que la creciente demanda de cirugías estéticas se debe a que la gente piensa que serán más aceptados en sus sitios de desarrollo cultural y que, a la vez, se sentirán mejor consigo mismos.

De esta manera se ve un panorama alarmante, que de acuerdo con el informe de la Sociedad Internacional de Cirugía Plástica Estética (ISAPS, 2018), Colombia ocupa el séptimo lugar entre los países donde más procedimientos quirúrgicos estéticos se realizaron a nivel mundial, con un total de 346.140. El informe en mención, también cita que se han venido popularizando las intervenciones quirúrgicas estéticas tanto en mujeres como en hombres con una amplia variedad de procedimientos estéticos para todo tipo de efectos en el cuerpo en las que se encuentran la cirugía de aumento de senos (Mamoplastia de aumento) Lipoescultura, cirugía de nariz (Rinoplastia) Lipectomía o Lipoabdominoplastia, Lipoinyección glútea cirugía de párpado (Blefaroplastia) elevación de las cejas (Frontoplastia), Rejuvenecimiento facial.

Este fenómeno ha venido de la mano con otro tipo de fenómenos sociales asociados como el consumo de sexo y de la mujer latina como un objeto sexual, el narcotráfico y las mafias. El cuerpo se termina convirtiendo en un medio por el cual se pretende conseguir ciertos

objetivos socio-económicos, estatus por el cual se someten a dichos procedimientos “mujeres jóvenes que se someten a procedimientos estéticos y cirugías plásticas para atraer las miradas y los deseos de los hombres poderosos, generalmente asociados a círculos del narcotráfico, las mujeres aceptan violentar sus cuerpos por medio de procedimientos incluso extremos con el fin de ser "deseadas", por los hombres que ostentan mayor poder” .(Vivero Marín, 2017).

Estética y ética de la comunicación

Las realidades sociales que reproducen los medios masivos de comunicación con las narconovelas (*las muñecas de la mafia, sin tetas no hay paraíso, el señor de los cielos, el patrón del mal, el cartel de los sapos, narcos la serie, Escobar el patrón del mal*) son producciones que impulsan este estereotipo de mujeres voluptuosas reproduciendo y normalizando el concepto del cuerpo de la mujer latina como objeto sexual.

Se ha venido relatando lo que vive el país de hace varios años, un auge de producciones audiovisuales que cuentan con un alto contenido violento con temáticas de relatos de narcos, ha invadido la parrilla televisiva y ha permeado nuestra cultura a gran escala. Cabe preguntarse ¿Qué papel juega la producción de narconovelas en un país como Colombia? Acaso surgen como producciones que analizan y critican a fondo este tipo de realidades, o por otro lado las promueven y las exalta, estar en acuerdo o no es cuestión de perspectiva.

Trayendo a colación a esta discusión en una entrevista al investigador y ensayista Omar Rincón (2014) el cual se le preguntaba si estaba en acuerdo o no con la producción de narconovelas al cual respondió: “estoy de acuerdo que es lo máximo porque cada sociedad se cuenta en su neurosis, en su catarsis, en sus maneras de mirarse en el espejo. Los gringos viven contando de Vietnam, ahora Irak y Afganistán porque es como su gran drama nacional, la Argentina cuenta los desaparecidos, porque es su gran drama nacional, los alemanes cuentan el nazismo porque es su gran drama nacional. El gran drama nacional de los colombianos es lo narco, entonces obviamente que, si hay que contarlos, porque como dice Felipe Aljure “si no nos contamos en imágenes, no sabemos por qué nos estamos matando”. Moralmente, yo no diría que no hay que pasarlas porque eso daña al país, hay que contarla

porque esa es nuestra realidad ese tipo de cosas” (Omar Rincón, 2014). En lo cual se concluye que la narconovela es solo una radiografía histórica nacional que debe ser contada para no ser repetida.

Narco estética, como consecuencia de la afirmación de poder

En este orden de ideas este apartado se desarrolla con el fin de dar cuenta del movimiento sinérgico de diferentes factores como la narco-cultura y la estética femenina, movidos por el flujo conductor de los medios de comunicación que moviliza e instaura un nuevo componente de esta convergencia; la narco estética.

La narco estética es el resultado de la necesidad de aceptación de las mujeres asociadas al narcotráfico que movió la tendencia de las cirugías estéticas como herramienta para llegar ese grado de reconocimiento en la cultura narco, por lo que se constituye en un medio para tramitar y satisfacer ciertos deseos, como también para poder ser aceptada dentro de grupos estereotípicos como el narcotráfico.

En consecuencia, el cuerpo femenino es el objeto de reafirmación de poder y autoridad, es entonces una proyección que ostenta lujo y admiración ante la sociedad. En esta cultura se evidencia la ruptura o fragmentación moral, en esta cuestión que una persona entre a participar un rol activo en la naco-culta despojándose de valores como el respeto, la integridad, la dignidad humana por el hecho del reconocimiento social; atraer miradas y condicionarse como objeto sexual sin ningún valor efímero y carnal, para muchos no tiene ningún valor. Lo estético es banal, pasajero y carente de esencia, la verdadera crítica está en exponer estas dinámicas, entenderlas, reflexionarlas y aprender a no reproducirlas.

En este orden de ideas y a manera de diagrama de Venn se ejemplifica esta dicotomía que hemos venido tratando a la luz de varios autores que con sus aportes han contribuido a enriquecer los diversos factores que en cadena vienen interactuando.

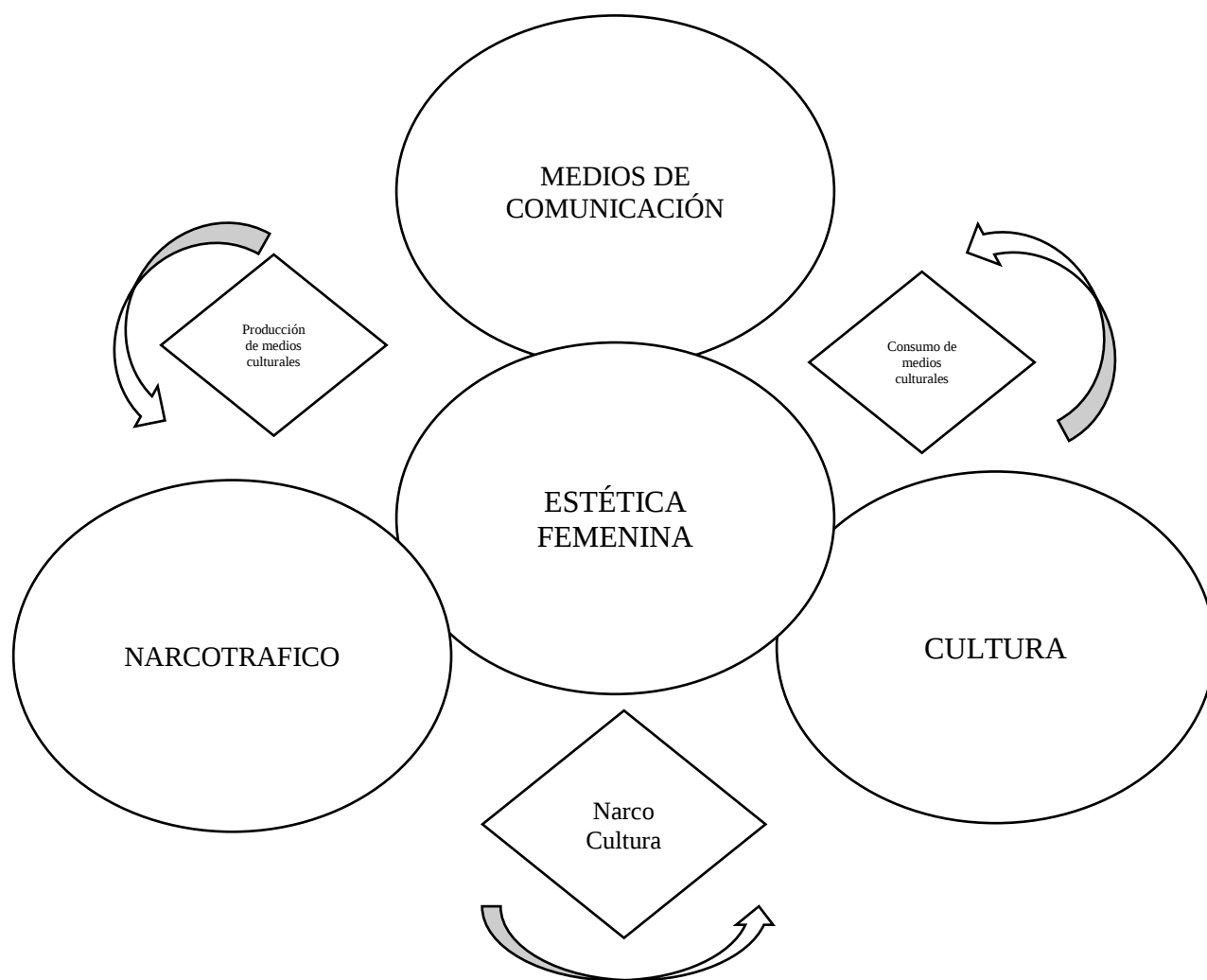


Imagen No.1 Diagrama de Venn Estética Femenina

Bibliografía

- Mata, I. (2013). El cuerpo de la mujer vinculada al narcotráfico como narración de sus relaciones sociales. *Instituto tecnologico y de estudios superiores de occidente*.
- Bialowas Pobutsky, A. (2010). Deleitar denunciando: La narco telenovela de Gustavo Bolívar" Sin tetas no hay paraíso" marca el pulso de la sociedad colombiana. *Espéculo*, (46)
- León, J. A. P. (2018). Transformaciones estéticas: la narco cultura, la producción de valores culturales y la validación del fenómeno narco. *Calle 14: Revista de investigación en el campo del arte*, 13(24), 400-409.
- Tinjacá, J. W. (2014). ¿Y educar para qué? Representaciones mediáticas de narco cultura en los modelos del progreso económico y prestigio social. *Desafíos*, 26(1), 199-234.
- Salazar, J. A. A., Peña, B. D., & Giraldo, M. P. (2017). Narcoestetica en Colombia: entre la vanidad y el delito. Una aproximación compleja. *Drugs and Addictive Behavior*, 2(1), 38-66.
- Rincón, O. (2013). Todos llevamos un narco adentro-un ensayo sobre la narco/cultura/telenovela como modo de entrada a la modernidad. *Matrizes*, 7(2), 1-33.
- Córdoba, M. (2010). La cirugía estética como práctica sociocultural distintiva: un lacerante encuentro entre corporeidad e imaginario social. *Revista latinoamericana de estudios sobre cuerpos, emociones y sociedad*, 2(2), 37-48. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=273220628004>

- Vivero Marín, C. E. (2017). Cuerpos en fuga: la plasticidad de los cuerpos y la desestabilización de los géneros. *La ventana. Revista de estudios de género*, 5(45), 211-240.
- Rincón, O. (2009). Narco. estética y narco. cultura en Narco.lombia. *Nueva sociedad*, 222, 147-163.
- Manrique Succar, X. *La narco novela como publicidad de violencia en los jóvenes colombianos La era del Patrón* (Bachelor's thesis, Facultad de Comunicación y Lenguaje).
- CASTAÑO ESTRADA, Juan Sebastián (2016). “Consumo cultural y el papel de los medios en el control social”. En: *Trans - pasando Fronteras*, Núm. 10, pp. 121-141. Cali, Colombia: Centro de Estudios Interdisciplinarios, Jurídicos, Sociales y Humanistas (CIES), Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Icesi.
- Canclini, N. G. (1999). El consumo cultural: una propuesta teórica. *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*, 2, 72-95.
- Página de Internet: <https://noticias.perfil.com/2014/11/17/como-era-la-lujosa-mansion-de-pablo-escobar/>