



RETÓRICA, ARGUMENTACIÓN E IDENTIFICACIÓN EN LA NARCO TELENOVELA COLOMBIANA¹

Rhetoric, Argumentation and Identification on the Colombian Narco Telenovela

Julián Fernando Trujillo Amaya

Universidad del Valle

Juliant79@gmail.com

Resumen:

En este artículo pretendo analizar la retórica de las Narco Telenovela colombianas desde la perspectiva de la resignificación dramática de la realidad que ellas realizan. De hecho, los argumentos y narrativas de estas telenovelas organizan el campo de la realidad, crean identidades individuales y colectivas, al tiempo que buscan lograr la adhesión a ciertas jerarquías y estilos de vida característicos del mundo del tráfico de drogas. Desde la perspectiva de K. Burke podemos ampliar la comprensión sobre la interacción simbólica entre el público y las Narco Telenovelas colombianas. Esta interacción no se presenta como un proceso de argumentación dirigida a un público universal de seres adultos, razonables y competentes, como podría interpretarse desde la nueva retórica de Perelman-Olbrechts. Las técnicas discursivas utilizadas en esta clase de telenovelas no sólo sirven para producir o aumentar la adhesión a ciertas interpretaciones y creencias, sino que más bien se utilizan principalmente para construir ciertas formas de narrar los acontecimientos y generar identificación con ciertas historias, situaciones, personajes y emociones presentes en las historias y tramas de la Narco telenovelas. En consecuencia, voy a mostrar que la persuasión y la identificación son inseparables para la comprensión adecuada de las Narco Telenovelas y, de acuerdo al punto de vista dramático, sostendré que los motivos, la acción simbólica, la situación dramática, los procesos de purificación (culpa, remordimiento, victimización y redención) y la identificación, son conceptos claves que nos permitan comprender la consustancialidad de los melodramas presentes en las telenovelas colombianas basadas en la cultura del narcotráfico.

Palabras claves: Retórica, Argumentación, Identificación, Telenovelas colombianas, Narco cultura.

Abstract:

¹ Este artículo debe mucho a las críticas, correcciones y sugerencias del profesor Maurice Charland del Departamento de estudios de comunicación y el Centro para estudios interdisciplinarios en sociedad y cultura de Concordia University.

In this paper I will analyze the rhetoric of Colombian Narco Telenovelas from the perspective of dramatic re-signification of reality that they perform. In fact, arguments and narratives of these telenovelas organize the field of reality, creating individual and collective identities, and aim to achieve adherence to certain hierarchies and lifestyle characteristics of the drug trafficking world. From the perspective of K. Burke, we can extend the understanding of symbolic interaction between the audience and the Colombian Narco Telenovelas. This interaction is not presented as an argumentation process directed to a universal audience of reasonable and competent adults, as suggested by the new rhetoric of Perelman-Olbrechts. The discursive techniques used in these telenovelas not only serve to produce or increase adherence to certain interpretations and beliefs, they are used primarily to build certain ways of narrating events and generating identification with certain stories, situations, characters and emotions present in the stories and plots of the Colombian Narco Telenovelas. Consequently, I will try to show that persuasion and identification are inseparable for the understanding of the Narco Telenovelas, and according to dramatic's view, I will claim that the motives, symbolic action, dramatic situation, purification process (guilty, self-blame, victimage and redemption), and identification are key concepts that allow us to understand the consubstantiality of melodramas present in the Colombian Telenovelas based on the drug trafficking culture.

Key words: Rhetoric, Argumentation, Identification, Colombian Telenovelas, Narco culture.

En este artículo pretendo analizar críticamente la retórica de las Narco Telenovela colombianas desde la perspectiva de la re-significación dramática de la realidad que ellas realizan. De hecho, los argumentos y narrativas de estas telenovelas organizan el campo de la realidad, crean identidades individuales y colectivas, al tiempo que buscan lograr la adhesión a ciertas jerarquías y estilos de vida característicos del mundo del tráfico de drogas.

Desde la perspectiva de K. Burke podemos ampliar la comprensión sobre la interacción simbólica entre el público y las Narco Telenovelas colombianas. Esta interacción no se presenta como un proceso de argumentación dirigida a un público universal de seres adultos, razonables y competentes, como podría interpretarse desde la nueva retórica de Perelman-Olbrechts. Las técnicas discursivas utilizadas en esta clase de telenovelas no sólo sirven para producir o aumentar la adhesión a ciertas interpretaciones y creencias, sino que más bien se utilizan principalmente para construir ciertas formas de narrar los acontecimientos y generar identificación con ciertas historias, situaciones, personajes y emociones presentes en los relatos y tramas basados en el mundo del narcotráfico y los modos de existencia que le son propios.

Desde mi punto de vista, la persuasión en este discurso televisivo debe ser entendida en relación con la identificación y puede resultar muy apropiado retomar la vieja concepción retórica aristotélica sobre la relación dinámica entre *logos*, *ethos* y *pathos* como claves para una interpretación crítica de la industria cultural de las Narco telenovelas. Ahora bien, los conceptos de audiencia y argumentación elaborados por la nueva retórica de Perelman-Olbrechts son útiles como ideal regulativo para la evaluación y análisis de las técnicas argumentativas, pero el concepto de audiencia es problemático y por ello voy a insistir en que la argumentación (*logos*) es sólo un aspecto de la comunicación retórica, que también debe apelar a los afectos y emociones (*pathos*) y el carácter o modo de ser (*ethos*), tanto del que produce así como de quien recibe todo discurso. Esta perspectiva analítica nos permite hacer explícitos las estrategias discursivas en sentido amplio y algunas de sus implicaciones prácticas sobre la audiencia.

Mientras que Perelman-Olbrechts hablan de comunión, acuerdos y adhesión, Burke reemplaza el concepto de persuasión por el de identificación, le da un lugar prominente a las emociones y pasiones en el proceso de

purificación, y nos ofrece herramientas conceptuales para entender los agentes, los motivos y otros aspectos de la estructura dramática de la acción simbólica que recorren significativamente los textos o discursos. Esta perspectiva teórica será nuestra base final para la descripción de los elementos retóricos presentes en los melodramas propuestos por las Narco Telenovelas colombianas. A través de algunos ejemplos concretos, pretendo mostrar que la retórica de Burke se puede aplicar al análisis de las Narco Telenovelas y que a partir de este modelo conceptual la acción simbólica realizada por estas telenovelas se hace explícita y amplía nuestra comprensión sobre este influyente producto cultural.

Las estrategias de comunicación utilizadas por las telenovelas basadas en las formas de vida de los narcotraficantes colombianos pretenden, por una parte, lograr la fijación de valores, preferencias y creencias, y por otra contribuyen a dar forma a las prácticas sociales de los gustos, hábitos y consumo. Las telenovelas colombianas basadas en historias relacionadas con el universo del tráfico de drogas no sólo responden a las exigencias de los mercados de la industria cultural en América Latina y sus intereses comerciales, sino también a las demandas planteadas por el surgimiento de una cultura Narco, sus estilos de vida y sus modos de ver el mundo. Me inclino a creer que la antigua tradición retórica de Aristóteles, reformulada por la nueva retórica de Burke y Perelman-Olbrechts, nos permiten acceder a un excelente juego de herramientas conceptuales para el análisis crítico de las telenovelas colombianas.

Tomando como fundamento algunos planteamientos de la antigua y la nueva retórica, voy a tratar de mostrar de qué manera la persuasión y la identificación son inseparables para la comprensión adecuada de las Narco Telenovelas. Luego terminaré el artículo con el análisis, desde el punto de vista dramático de Burke, de los motivos, la acción simbólica, la situación dramática, los procesos de purificación (culpa, remordimiento, victimización y redención) y la identificación, como aspectos claves que nos permitan comprender la consustancialidad de los melodramas presentes en las telenovelas colombianas, particularmente aquellas basadas en la cultura del narcotráfico.

Telenovela, televisión y modernidad

La telenovela es el mejor ejemplo de la heterogeneidad cultural de América Latina. Incluso muchos investigadores han venido insistiendo desde hace varias décadas que esta “cultura híbrida” que llamamos América Latina ha logrado configurar un identidad gracias a los medios masivos, sobre todo al cine y la televisión (Monsiváis C., 2000: 211-214; Sarlo B., 1994: 108-109; Martín Barbero, 1987, 2000; García Canclini, 1989; 1995).

La telenovela es la industria y el producto cultural más exitoso producido por los medios de comunicación masiva en América Latina (López-Pumarejo, 1987: 69). La telenovela ha logrado un éxito de audiencia y de mercado que ha traspasado las fronteras continentales, al tiempo que ha contribuido a la globalización de los modos de representación de la cotidianidad y la identidad latinoamericana (Raimondi, 2011). Las formas de identidad y los modos de representación del sujeto latinoamericano configuran los estereotipos acerca de las culturas y sociedades latinoamericanas (Quispe-Agnoli, 2012; Cervantes, 2005: 286).

La telenovela, en tanto género televisivo característico de los países latinoamericanos, posee algunas semejanzas con las series de televisión y las *soap opera* de los países anglosajones. Sin embargo, la duración de las *soap opera* depende del rating, lo que ha permitido que, por ejemplo, la serie *General Hospital* se transmita en USA desde 1963 de forma ininterrumpida y *The Guiding Light* permanezca al aire desde 1952 (López-Pumarejo, 1987: 70-71; Cf. Mumford, L. S., 1995). Por el contrario, la telenovela tiene una fecha de inicio y finalización establecida que no puede exceder el año y medio. Mientras en las *soap opera* los personajes salen o entran en la trama narrativa cuando sus historias se agotan o se renuevan, en las telenovelas los personajes no rotan o cambian sino que crecen y se consolidan en el tiempo con un rol claramente definido.

Las *soap operas* se mantienen en un horario en la mañana o en la tarde, mientras que las telenovelas suelen ser ubicadas en el prime time (Mazziotti, 1993: 13-14).

Las telenovelas se desarrollaron inicialmente en relación con las grandes empresas de productos para el aseo del hogar, ya que en los años 50's, cuando el género apareció, la división del trabajo y los roles de género, que ubicaban a la mujer en la esfera privada y del trabajo doméstico, hacían de la telenovela un instrumento publicitario para vender productos a las amas de casa articulando el tiempo libre de la mujer al consumo (López-Pumarejo, 1987: 68-70; Cf. González, 1998).

Sin embargo, las diferencias entre telenovela y *soap opera* no pueden ser reducidas al horario de emisión ni al hecho cada vez más discutible de que estén concebidas para una audiencia femenina. El éxito de las telenovelas latinoamericanas y su penetración en la televisión norteamericana ha contribuido a disminuir las diferencias y maximizar las semejanzas. Mientras que algunas *soap operas* comienzan a incorporar elementos del melodrama característicos de la telenovela e incluso han adaptado guiones de telenovelas, como es el caso de "Yo soy Betty la fea" (ganadora del Guinness Records 2010), la telenovela ha tenido cambios importantes, tanto en el tratamiento de las temáticas y la duración, como en el uso de exteriores y escenarios diferentes al set de televisión.

El rasgo dramático más importante de las telenovelas es su desenlace, el "final feliz", el cual siempre debe estar plenamente articulado con los interrogantes y giros dramáticos de la narración, pero además debe responder a la expectativa de un final que castigue a los malos y premie a los buenos (Rincón, 2008: 50). La trama narrativa de la telenovela generalmente ha estado enfocada a la exaltación del amor y el sentimentalismo, preocupada por la construcción de identidades que trascienden las barreras sociales y de clase, y atenta a fortalecer los estereotipos y fomentar los lugares comunes sobre lo masculino y lo femenino, lo rural y lo urbano, el rico y el pobre. Todo esto en el marco de la tradicional lucha entre el bien y el mal, con roles claramente diferenciados entre héroes y villanos, ganadores y perdedores.

La evolución de la telenovela latinoamericana y el éxito de las telenovelas colombianas han convertido a la telenovela en el producto cultural latinoamericano más rentable y de mayor alcance a nivel global. La primera telenovela, "El derecho a nacer" (1950) del cubano Felix B. Cainet, fue creada a partir de una radionovela y desde ese momento se propagó por todo el continente. Heredera de la radionovela, el teatro popular y el folletín del siglo XIX, la telenovela latinoamericana hace especial énfasis en los sentimientos de los personajes, por lo que los aspectos emocionales o sentimentales desempeñan un rol fundamental en la trama. Las primeras telenovelas producidas en México y Venezuela, cuyo énfasis en el melodrama contribuyó a popularizar la telenovela y se convirtió en modelo para muchas producciones, dieron paso luego a las telenovelas brasileras y colombianas, donde el género abandonó el amor como tema central y comenzó a explorar temáticas socio-culturales y políticas más complejas. Las telenovelas brasileras y colombianas comenzaron a abordar temas como la salud, la homosexualidad, la religión, la violencia y los problemas políticos. La excepción anómala en la producción de telenovelas se presentó en los casos de Chile y Argentina, tal vez debido a las dictaduras militares y su herencia europea, pero en general podemos decir que toda la telenovela latinoamericana fue evolucionando en su estructura narrativa y en su función social como una dimensión fundamental en la construcción de las identidades individuales y colectivas de los sujetos latinoamericanos y los estereotipos acerca de las sociedades latinoamericanas (Mazziotti, 1993; Martín-Barbero, 1998; 2000).

En este sentido, el uso publicitario y de mercadeo de la telenovela ha sido desbordado por su dimensión simbólica y cultural, cuyo acceso a la intimidad y al tiempo de reposo permiten un rol fundamental en los procesos de subjetivación y en la construcción de identidades individuales y colectivas. La telenovela recoge y potencia la fuerza de la cultura de masas inherente a la televisión, ya que este ha sido en América la fuente de los imágenes y mensajes en los que nos vemos reflejados, con los que nos identificamos y que nos identifican, que funcionan como marcas, ídolos, modelos y metáforas que permiten la organización simbólica de la cotidianidad y contribuyen a hacer visibles los nexos que nos mantienen juntos y crean el espacio público. La

televisión es un medio masivo que permite concentrar las historias y relatos que crean el ambiente común en el que vivimos nuestras vidas y constituye un relevo para otros rituales modernos ineficaces u obsoletos como las religiones o las asociaciones gremiales, superando fronteras geográficas, culturales, raciales y de clase a lo largo del continente.

La televisión en Latinoamérica ha contribuido en la elaboración de una nueva imagen del mundo y de sí mismos en tanto latinoamericanos. Más allá del cine y la radio, fue la televisión la que propagó en Latinoamérica la sensibilidad moderna que la civilización europea había elaborado. Así como las primeras transmisiones de televisión en Alemania, Inglaterra y USA hicieron de este medio de comunicación un símbolo de hegemonía y modernidad, de la misma manera la televisión ha sido el medio masivo de comunicación moderno por excelencia en las sociedades latinoamericanas (Martín-Barbero, 1999: 101).

Debido a este rol hegemónico de los medios masivos, muchos críticos de la modernidad tomaron a estos como tema de sus reflexiones y a la televisión como la muestra por excelencia del carácter moderno de la cultura de masas. Heidegger en una conferencia de 1950 señaló: "The peak of this abolition of every possibility of remoteness is reached by television, which will soon pervade and dominate the whole machinery of communication" (1975:165). Sin embargo, la cercanía y simultaneidad de la nueva imagen del mundo producida por la técnica moderna es evaluada negativamente desde la metafísica prescriptiva que se basa en el paradigma del arte como cultura auténtica y verdadera. La televisión es un peligro para la existencia auténtica.

Adorno y Horkheimer (2002: 94-136), por su parte, crearon el concepto de "industria cultural" para explicar los procesos de transformación que estaban realizando los medios de comunicación de masas y la mercantilización de la cultura y las artes en las sociedades modernas. Para estos filósofos de la Escuela de Frankfurt los medios masivos como la televisión contribuían a la alienación y traían consecuencias negativas.

No obstante, Walter Benjamin (2008) consideró que la forma en que el arte se convierte en mercancía ocurre gracias a la capacidad industrial y técnica de repetirlo, de hacer múltiples copias. En efecto, para Benjamin, la supuesta originalidad de la obra de arte ha desaparecido en nuestra era moderna. No solo nos preguntamos por la imagen del mundo y el significado del arte o su esencia, sino que la circulación del arte como mercancía y su reproductibilidad introduce una nueva dimensión que cambia nuestra forma de ser en el mundo. Pero Benjamin no se reduce al análisis marxista de la obra del arte y el análisis sobre su función ideológica. A diferencia de Adorno, Benjamin consideró que la fotografía y el cine, el jazz y la música popular podrían servir para modificar la conciencia de las masas, precisamente por su posibilidad de producción masiva y su reproductibilidad. Con todo, Benjamin no alcanzó a conocer y experimentar el alcance de la televisión después de la Segunda Guerra Mundial. Además, casi todos los críticos de la modernidad no han podido escapar de las categorías ontológicas coloniales y eurocéntricas, lo que nos impide basarnos enteramente en sus reflexiones cuando tratamos de ampliar la comprensión sobre otras formas de la modernidad como las que se han desarrollado en esa multiplicidad que llamamos América Latina. Debemos entonces apelar a las categorías elaboradas por los estudios culturales realizados en Latinoamérica con un espíritu decolonial y tomar los conceptos eurocéntricos con sumo cuidado y, sobre todo, mirar sus efectos concretos sobre la realidad analizada al aplicarlos, así como sus efectos concebibles a la hora de evaluar sus alcances y significado, sobre todo en lo que tiene que ver con la industria cultural de la telenovela colombiana y latinoamericana.

La telenovela como fenómeno característico de la cultura de masas en Latinoamérica ha tenido un impacto determinante en la construcción de la realidad social: "En ella se logra concretar lo que García Canclini ha llamado la hibridación (1990), fenómeno que atraviesa todas las esferas del sincretismo y el mestizaje latinoamericano, que proviene del estudio de los productores y los públicos culturales que lograron conciliar lo culto y lo popular". (Cervantes, 2005: 286)

Al conjugarse la telenovela y narcotráfico, la industria cultural ha producido la Narco telenovela, la cual incorpora historias basadas en hechos reales vinculados al mundo del narcotráfico, aspecto de gran trascendencia

social ligado a los procesos de modernización que permean la cotidianidad de las sociedades latinoamericanas desde hace más de cuatro décadas y ciertamente la primera empresa transnacional producida por latinoamericanos (Rincón, O. 2010). Así, la Narco telenovela muestra el lado oscuro de la modernidad capitalista en los países sometidos al imperio narco colonial del narcotráfico: “El diferencial de la Narco telenovela frente a las telenovelas y series clásicas está en que: a) tienen verdad documental y tono casi neorrealista sobre este fascinante pero cotidiano mundo prohibido del narco, y así se olvida el amor como eje; b) la vitalidad del lenguaje y de la estética lleva a que no haya moral salvadora o dignificante, como existe en las telenovelas convencionales; por el contrario, aparece esa moral posmoderna del todo vale para tener billete y ser exitoso; c) el tono no es de melodrama sino de tragedia anunciada, pero con modulación de comedia; d) los personajes responden a la estética del grotesco del nuevo rico, del sujeto aspiracional de la sociedad de mercado, ese que desde sus modos de vestir y actuar ya produce escalofrío o risa; e) su ritmo es frenético, su exceso es alucinante y sus lenguajes, realistas, con lo que se derrota la lentitud y solemnidad de la telenovela.” (Rincón, O. 2015: 95).

Aunque para la industria cultural de las telenovelas el rating es un aspecto fundamental al que se atiende y analiza con sumo cuidado, la problemática de las audiencias y la recepción por parte de los televidentes no es un objeto de investigación que les preocupe. Inclusive en Colombia, donde surgen las Narco telenovelas y sus efectos sobre los imaginarios sociales es evidente, las programadoras no se han preocupado por hacer un estudio riguroso sobre este asunto. No obstante, en el ámbito académico y universitario existe un extenso desarrollo investigativo sobre la recepción, las mediaciones y las audiencias. Infortunadamente hay muy poco contacto entre la industria cultural y el mundo académico, especialmente en relación con el tema de las Narco telenovelas, ya que, por una parte, los que pertenecen a la industria cultural ven a los académicos y sus investigaciones como agentes de evaluación crítica de su actividad y, por otra, muy pocos académicos están dispuestos a abandonar sus nichos de poder intelectual y aceptar que las Narco telenovelas y la cultura del narcotráfico son parte de nuestro presente y tienen relevancia para ampliar nuestra comprensión de sí mismos. Para muchos investigadores anclados en una genealogía marcada por la herida colonial les resulta difícil entender que Latinoamérica no se basa solamente en la cultura escrita, que la pregunta por qué es la ilustración abordada desde el centro de alguna periferia no puede dar la espalda al texto audiovisual y que el onanismo intelectual de los *performance* posmodernos puede convertirse en una evasión cómplice que deja de lado el compromiso político y social de pensar nuestra vida cotidiana.

Pero hablar de la recepción es problemático y “audiencia” es una noción confusa. Por una parte, aun en el campo académico no existe consenso amplio sobre qué podemos entender por audiencia. En el caso particular de las telenovelas sobre el narcotráfico o Narco telenovelas, resulta igualmente problemático distinguir con claridad los destinatarios de sus narraciones y argumentos. Es claro que la Narco telenovela no se dirige sólo a las mujeres sino que se extiende hacia todos los integrantes del grupo familiar. Adicionalmente, en el contexto actual el concepto de “familia” es muy amplio e impreciso, su composición es muy variada y la familia nuclear tradicional ya no es tan frecuente. Por todo esto resulta realmente imposible tratar de predecir o calcular los efectos sobre la audiencia o las implicaciones concretas que la telenovela tiene sobre los televidentes, sin terminar emitiendo juicios de valor o caer una vez más en la conocida “teoría del cultivo” (Gerbner, 1969).

Por otro lado, las técnicas discursivas utilizadas por las telenovelas pretenden no sólo fijar creencias, valores y preferencias, sino que también buscan lograr la adhesión a ciertas interpretaciones sobre el mundo, estimular ciertas prácticas de consumo y generar hábitos o disposiciones para actuar. Así, la telenovela puede dictar la moda, transformar los hábitos y costumbres, modificar horarios trabajo y los usos del tiempo libre, influir en las expresiones del lenguaje y los imaginarios sociales (Vilches, 1997; Cisneros E., 2008; Estupiñán M., 2009; Rincón O., 2010).

En este sentido, resulta relevante y útil el análisis crítico de la relación entre las instancias de producción y las de recepción de las telenovelas. A fin de lograr una mayor comprensión de la interacción entre los argumen-

tos y narraciones de las telenovelas y los destinatarios o audiencia a las que estas se dirigen, la nueva retórica de Perelman-Olbrechts y la dramatística de Kenneth Burke nos ofrecen herramientas conceptuales para una interpretación apropiada de la acción simbólica que realizan las telenovelas sobre su audiencia. Sin embargo, en tanto Perelman y Burke toman como punto de partida la retórica clásica de Aristóteles, debemos iniciar nuestro recorrido con este autor clásico antes de revisar su actualización por parte de los teóricos de la Nueva Retórica y tratar de explorar como podemos servirnos de estas herencias teórico conceptuales de esta tradición para pensar la industria cultural de las telenovelas colombianas.

El legado de la retórica clásica aristotélica

Para Aristóteles la retórica es importante como instrumento del pensamiento y en la actividad política. Su función no es persuadir sino encontrar los posibles medios de persuasión en cada caso para argumentar de forma persuasiva (*Rhetoric*, 1355b 10-15). La retórica no es ni un conocimiento científico, ni un puro arte sino más bien una facultad: la facultad de encontrar lo razonablemente persuasivo en cada contexto específico (*Rhetoric*, 1355b 25). Según Aristóteles, los contextos que definen la retórica configuran tres géneros discursivos y corresponden a tres tipos de interacción. Así, la comunicación retórica comprende tres elementos: 1. el que habla, 2. lo que se habla y, 3. a quien se habla. Sobre la base de estos elementos Aristóteles distingue entre: a) género deliberativo, donde el orador aconseja sobre lo bueno y lo útil en relación con el futuro; b) género judicial, donde el orador se ocupa del pasado, tratando de determinar lo justo y lo injusto; c) género epidíctico, donde el orador refrenda los valores por medio de la alabanza o la censura en el momento actual (*Rhetoric*, 1358b-1359a).

De las pruebas retóricas unas son ajenas al arte retórico mismo y otras son propias de este arte. Ajenas son todas aquellas que preexisten o no dependen del orador como los testigos, las confesiones, los documentos y otras semejantes; las que son propias del arte son aquellas que pueden prepararse con método y por el mismo orador. Las primeras hay que utilizarlas y las segundas inventarlas. De estas últimas las hay de tres tipos: las que dependen del talante o carácter del que habla (*éthos*), las pasiones o sentimientos que intentan disponer al oyente de alguna manera (*pathos*) y las que descansan sobre el lenguaje, el discurso y los razonamientos (*logos*), y lo que este demuestra o permite inferir (*Rhetoric*, 1356a 1-20; Cf. Burke, 1969: 70-71; Perelman-Olbrechts, 2008: 47-51).

Para Aristóteles la audiencia a la que va dirigido el discurso en la comunicación retórica está compuesta por uno o varios individuos concretos, en una situación determinada, con un propósito específico. Desde esta perspectiva, se trata de una comunicación situada con el propósito de regular las decisiones políticas, sancionar las conductas reprobables y reforzar los valores sociales.

Al aplicar este modelo a las telenovelas, podemos observar que esta conjuga los tres géneros discursivos, ya que no solo intenta introducir hábitos y valores mediante el elogio y la censura directa o indirecta, sino que la alta sintonía que obtienen las convierte en un instrumento políticamente significativo para incidir sobre las preferencias, las decisiones y las opiniones políticas en un gran número de personas y sectores sociales. Adicionalmente, en el caso de las Narco telenovelas, la evaluación permanente de la conducta de los narcotraficantes, la imposición sistemática de una interpretación determinada acerca de casos jurídicos sobre los que aún no hay decisión definitiva y son materia de investigación jurídica, convierten a la narcotelenovela en un discurso judicial que acusa o defiende emitiendo juicios sobre los hechos.

El debate sobre las versiones y puntos de vista de los personajes presentados en las tramas narrativas de las telenovelas es una constante en Colombia. Un ejemplo reciente de esto fue la telenovela “Los Tres Caínes” en donde se pretende contar una cierta versión de la historia del paramilitarismo, un fenómeno reciente sobre el que aún existen muchas dudas e investigaciones jurídicas, sobre el cual todavía se debaten leyes y alrede-

dor del cual aún no se conoce la verdad sobre los cientos de miles de muertos y desaparecidos. Incluso surgió en las redes sociales un movimiento de protesta en contra de esta telenovela. Otro ejemplo es el caso de la telenovela “Escobar: el patrón del mal” cuya emisión reavivó el debate jurídico y legislativo sobre la extradición y la legalización de las drogas. En ambos casos es obvio que la telenovela desborda el ámbito del entretenimiento y deviene discurso con efectos diversos en los campos deliberativo y judicial (Véase *Semana Magazine*, Marzo 21 2013; Larrota, S. 2012; Reyes, S. 2013; Maya, M. 2013).

La incidencia del discurso televisivo en los debates legislativos y en la toma de decisiones políticas es un tema sobre el que aún no se investiga debido al miedo generado por el terrorismo y el crimen, pero también porque, por una parte, los dos grandes canales privados de televisión que tienen la hegemonía de la televisión en Colombia representan dos posiciones políticas opuestas y cada uno de ellos presenta noche a noche sendas telenovelas en las que se hace evidente sus posiciones políticas y, por otra parte, ambos canales privados coinciden en presentar las telenovelas como historias de ficción basadas en hechos reales con el único propósito de producir entretenimiento. Sin embargo, es obvio que la telenovela en Colombia ha dejado de ser un solo un “entretenimiento” para amas de casa o para la “familia”. La telenovela se ha convertido en un espacio de intervención social con compromiso político explícito lo que además no es incompatible con su declarado interés económico.

La pretensión de verosimilitud de las Narco telenovelas se basa en la credibilidad que los televidentes profesan por la calidad y el prestigio de las programadoras privadas, las cuales soportan sus telenovelas en una selección de hechos históricos reales basados en testimonios, confesiones y documentos diversos. Ya es un lugar común que las telenovelas intercalen archivos audiovisuales históricos con las escenas dramatizadas de los mismos acontecimientos. A todo esto se suma un juego emocional que aviva sentimientos y pasiones de amor y odio, característica fundamental del melodrama, pero en relación con protagonistas de telenovela o situaciones ficticias que representan personajes y acontecimientos reales alrededor de los cuales se ha construido la vida emocional cotidiana y la memoria histórica colombiana: “Ahí está todo, dice Martín-Barbero (1998), la nueva sensibilidad de las masas es la del acercamiento, ése que para Adorno era signo nefasto de su engullimiento y rencor resulta para Benjamín un signo, sí, pero no de una conciencia acrítica, sino de una larga transformación social, la de la conquista del sentido para lo igual en el mundo. Entonces, no es un azar que el encuentro de los grupos marginados con la clase alta se haya convertido en el espectáculo de las telenovelas, y que en ellas la clase popular, el género femenino y las diferentes etnias logren una mayor representación.” (Cervantes, 2005: 282).

El concepto de Audiencia de Perelman-Olbrechts y la Nueva Retórica

Perelman-Olbrechts llegan a la retórica desde la filosofía del derecho. Según ellos, la “Nueva Retórica” comprende tres campos interdependientes: una teoría de la argumentación que liga la retórica a la lógica demostrativa y a la filosofía, una teoría de la elocución y una teoría de la composición. Su originalidad descansa sobre el vínculo que se establece entre la teoría de la argumentación, la teoría del conocimiento y la teoría del derecho. Perelman-Olbrechts cuestionan el racionalismo de la filosofía occidental puesto que descuida la facultad de deliberar y argumentar con razonamientos no formales para conseguir la adhesión de un auditorio a las tesis que se presentan para su asentimiento (Perelman-Olbrechts, 2008: 4; Cf. Crosswhite, 1989: 157). La Nueva Retórica se interesa por las técnicas discursivas mediante las cuales intentamos persuadir a la audiencia y resolver conflictos de interpretación con base en juicios de valor contingentes y discutibles. Según este enfoque los argumentos obedecen a esquemas retóricos basados en el discurso jurídico como paradigma y la idea del auditorio como juez. La Nueva Retórica de Perelman-Olbrechts es entonces una teoría de la argumentación que complementa la teoría de la demostración lógica, lo que permite definir la fuerza de un argumento es relación con la adhesión que provoca en un auditorio en el marco de una interacción comunicativa entre un orador y su audiencia (Perleman, 1982: 9). En consecuencia, el concepto de audiencia de Pe-

relman solo puede ser comprendido adecuadamente en el contexto general de la teoría de la argumentación que él propone y su concepción jurídica de la racionalidad: "Perelman has no one idea about audience, but a complete theory of which the universal audience is one component." (Gross, 1999: 203)

El concepto de justicia tiene un rol fundamental en la nueva retórica de Perelman. Por una parte, está la acepción jurídica de "justicia" como conforme a la ley y el uso cotidiano en el que justicia equivale a equidad. Por otra parte, se reconoce lo justo como lo "justificado", lo fundamentado y, por tanto, lo razonable. Sobre este concepto de justicia se funda la nueva retórica en tanto teoría de la argumentación (Crosswhite, 1995: 135; Cfr. Perelman, 1967; Gross, 1999). En este sentido, para Perelman la argumentación contribuye a regular los conflictos que sobrevienen en el dominio de la acción y que son generados por sistemas de valores incompatibles entre los diferentes agentes. La Nueva Retórica propone entonces un modelo de racionalidad práctica que no se identifica con lo demostrable y no puede reducirse al campo de la lógica formal (Perelman, 1979: 1390). Los valores no pertenecen al campo de lo irracional sino que cuando discutimos y razonamos acerca de juicios de valor opuestos o incompatibles, utilizamos técnicas discursivas que suponen la comunicación razonable y la cooperación mutua: "The question at issue is whether it is possible to reason about values, about issues of genuine practical and political importance. The context is not only the context of positivist skepticism about the possibility of being reasonable about values." (Crosswhite, 1995:135; Perelman-Olbrechts, 2008: 14)

La Nueva Retórica permite evaluar la fuerza de los argumentos cuando un orador desea persuadir sin imponer y existe la disposición por parte de la audiencia de escuchar aunque no se le pueda demostrar: "There is no measure of an argument, no way of evaluating it, independent of some concept of an audience." (Crosswhite, 1989:158)

La preocupación de Perelman por una nueva concepción de la racionalidad que permita la solución razonable de los conflictos mediante el discurso jurídico y la argumentación razonable obedece a la situación histórica y la crisis política y moral ocasionada por la II Guerra Mundial (Crosswhite, 1995: 135; Cf. Gross & Dearin, 2002: 3) y es en ese contexto en el cual la propaganda y la persuasión ejercida a través de los medios masivos como la prensa, la radio y la televisión nos obligan a considerar el rol de la comunicación retórica en la resolución de los conflictos y la construcción de comunidad.

Uno de los conceptos de la nueva retórica que más controversia ha generado es el de la "audiencia universal". Sin embargo, se trata de un concepto de gran utilidad para el análisis crítico de la comunicación retórica (Gross, 1999: 203; Cf. Crosswhite, 1999: 203; 1989). En efecto, Perelman distingue entre auditorio particular y universal. El primero se refiere al ámbito de lo preferible y el segundo al ámbito de lo real (Gross, 1999: 206).

Para Perelman toda audiencia es una construcción del orador. Es una idea que se hace el orador de aquellos a quienes se dirige su argumentación (Perelman-Olbrechts, 2008: 19-20). La diferencia fundamental entre los dos tipos de audiencia es que la audiencia universal pretende convencer a todos los seres humanos racionales basándose en los acuerdos sobre lo real, esto es, hechos y verdades. Mientras que el auditorio particular consiste solo en una parte de la humanidad y la argumentación utilizada se basa en acuerdos relativos a lo preferible, esto es, valores, jerarquías de valores y lugares comunes (Gross, 1999: 206, 210; Cf. Crosswhite, 1989:158).

La audiencia universal es un ideal que se presupone en todo tipo de discurso, ya que los acuerdos relativos a lo real pretenden convencer a su auditorio y por ello tematizan hechos y verdades que serán aceptados como tales por todo ser humano en cualquier circunstancia. Sin embargo, esto es un ideal ya que "speakers arguing for the real in a particular case must assume its existence in the general case. All such arguments subject to the paradox that speakers must presuppose a concept of timeless validity, a concept clearly subject to contingency. As Perelman puts it: 'Each individual, each culture, has thus its own conception of the universal audience'." (Gross, 1999: 207)

Ahora bien, para Perelman la audiencia no es realmente existente. No sólo en el caso de audiencia universal, que es ciertamente un ideal del orador, se trata de un constructo mental, de una creación del orador, sino que también en el caso de la audiencia particular, el orador nunca puede estar seguro de saber quiénes componen su audiencia realmente y debe, por lo tanto, elaborar una concepción o hacerse una idea de aquellos a quienes se dirige su discurso. Adicionalmente, la audiencia puede variar de un momento a otro debido a múltiples circunstancias y además al constructo mental puede también variar de una época a otra, de un orador a otro (Long, 1983:108).

Por otro lado, la audiencia en tanto construcción del orador no consiste solamente en aquellos receptores del discurso, ni en aquellos a los que explícitamente está dirigido dicho discurso, sino que comprende a cualquiera sobre el que se desee o se pueda influir con la argumentación. En el caso de los textos escritos o el material audiovisual el auditorio potencial permanece indefinido o indeterminado: "An audience so defined is always a construction of an author. So conceived, argumentation is not automatically limited by the actual concrete audience which may take it in." (Crosswhite, 1989:158)

En síntesis, la audiencia es una construcción del orador y por ello en todo discurso podemos comprender mejor la idea o concepción que el orador se hace de aquellos a los que se dirige, aunque no podamos saber con certeza quienes son los destinatarios reales que reciben el discurso. Todo discurso muestra la concepción que el orador tiene de su auditorio. Adicionalmente, nunca podemos separar completamente el auditorio universal del auditorio particular, ya que todo orador posee una concepción del auditorio universal que presupone o asume para dirigirse a su auditorio, así este sea particular. Rara vez un orador utiliza un discurso basado sólo en acuerdos sobre lo real o basándose únicamente en acuerdos sobre lo preferible. Todo discurso mezcla hechos, verdades, valores y lugares comunes: "Discourse in public arenas is rarely addressed simply to particular audience or to a universal audience; it rarely has as its goal either adherence to facts and truths or adherence to values. Usually, public address represents a mixture of goals, and therefore of rhetorical audiences." (Gross, 1999: 210).

A partir de las anteriores consideraciones, resulta evidente que las telenovelas colombianas sobre el narcotráfico suponen una audiencia acostumbrada a convivir con la violencia y familiarizada con contextos de criminalidad sistemática. El discurso propuesto por las Narco telenovelas no solo tergiversa la historia e incurre en difamaciones, presentando como hechos y verdades las versiones e interpretaciones de los criminales, delincuentes, narcotraficantes, libretistas, productores y directores en una mezcla irresponsable con material audiovisual histórico real y algunos datos provenientes de investigaciones sobre el tema, pero seleccionados de forma poco rigurosa y amañada. Este tipo de trama narrativa asume que la audiencia es incapaz de discriminar entre ficción y realidad, elabora una memoria en la que se glorifica y mitifica a los victimarios, mientras elimina a los desaparecidos y a las víctimas en una sociedad martirizada por la violencia y la injusticia

A todo esto se suma la repetición sistemática de imágenes ambiguas en las que aparecen mensajes contradictorios y valores incompatibles, ya que mientras se pretende lograr la adhesión a valores universales como los derechos humanos y exaltar sus defensores, los valores imperantes son los códigos morales y estéticos de los narcotraficantes, quienes son los protagonistas de la trama, mientras que los personajes que defienden la vida, la justicia, la igualdad perecen y desaparecen sin mayor trascendencia en manos de los criminales. Los canales de televisión elaboran sus telenovelas como un discurso desprovisto de todo compromiso ético con la audiencia y con la memoria histórica, en una ambición desmesurada por capturar audiencia, aumentar el rating de sintonía, incrementar las pautas comerciales y obtener el reconocimiento necesario para poder vender sus productos a nivel nacional e internacional. Para el caso de la Narco telenovela "Escobar: el patrón del mal", se suponía que se trataba de una forma de revindicar los "buenos" en contra del terrorismo criminal del gran capo de las drogas: "Los productores (Canal Caracol y dos víctimas de Escobar: Juana Uribe y Camilo Cano) afirmaron que esta serie era la verdad de las víctimas y el testimonio de la valentía del Estado colombiano que luchó contra el Mal encarnado por el narcotraficante más famoso del mundo. Pero el resultado

fue, paradójicamente, el contrario: Escobar salió reivindicado como el héroe de Colombia”. (Rincón, O. 2015: 94)

Adicionalmente, según Perelman-Olbrechts (2008: 187ss; Cf. Perelman, 1982: 48-52), es posible identificar algunas clases muy específicas y reconocibles de esquemas argumentativos. Dichos esquemas sirven para que el orador introduzca a su auditorio en formas y procesos del pensar que posibilitan el mutuo entendimiento o la discusión razonable. Llamaremos esquemas argumentativos a esta organización del razonamiento y las interpretaciones resultantes de esta estructura organizativa. Aunque constantemente utilizamos en la cotidianidad estos esquemas, no siempre tenemos conciencia de la forma que tienen y como operan.

Según Perelman-Olbrechts (2008: 180-459 Cf. Perelman, 1982: 48-52), los argumentos asocian o disocian ideas, establecen nexos semánticos o desvinculan conceptos. Si asocian lo hacen cuasi lógicamente – mediante esquemas semejantes a razonamientos lógicos-, o bien basándose en la estructura de la realidad - nexos de sucesión o coexistencia-, o utilizando argumentos que fundan la realidad por el caso particular - como en el ejemplo, la ilustración y el modelo-, o mediante semejanzas como en la analogía y la metáfora. Estos aspectos configuran los elementos de toda argumentación y serán analizados en relación con los acuerdos o premisas de partida que le sirven de fundamento (Perelman-Olbrechts, 2008: 65-114; Cf. Perelman, 1982: 21-32), bien sean acuerdos relativos a lo real (hechos, verdades o presunciones), o acuerdos relativos a lo preferible (valores, jerarquías y lugares comunes).

Desde este punto de vista podemos ver que la Narco telenovela “Escobar: El patrón del Mal” asume un formato realista e historicista, esto implica el uso generalizado de hechos históricos, imágenes de archivo y recreaciones basadas en testimonios, además de argumentos basados en nexos de sucesión causa-efecto (denunciar a Escobar-ser asesinado), hecho-consecuencia (Secuestro de hermana de los Ochoa-creación del MAS [grupo paramilitar]) y medio-fin (secuestros y bombas- acabar con la extradición), aunque también se apela a nexos de coexistencia tales como persona-actos (Escobar-Malas acciones [crímenes, secuestros, terrorismo, etc.]), grupo-individuo (Escobar-Cartel de Medellín) y nexos simbólicos (imágenes religiosas-creencias católicas). Los hechos relativos a los magnicidios, particularmente el caso del candidato presidencial Luis Carlos Galán, cuya verdad procesal sobre su muerte aún permanece incierta, o el caso de los asesinatos del Ministro de Justicia Rodrigo Lara o del Director del diario el Espectador, sobre el que las interpretaciones todavía permanecen abiertas y son objeto de debate judicial, son reemplazadas por ciertas interpretaciones o teorías del caso que apuntan a responsabilizar de Pablo Escobar y el cartel de Medellín como únicos “autores intelectuales”.

En “Escobar: El patrón del Mal” podemos observar también una argumentación basada en casos particulares. El caso particular de Pablo Escobar es presentado como fundamento de una generalización acerca de todos los narcotraficantes, a partir de la cual se pretende derivar una regla o máxima universal sobre el narcotráfico como un todo. Si Escobar fue un terrorista, todos los narcotraficantes son terroristas; si escobar logro poder económico y luego pretendió dominar el estado, todo narcotraficante que obtiene mucho poder económico pretenderá obtener el poder gubernamental. El mismo esquema generalizador de inducción retórica a partir de un caso paradigmático se utiliza para el caso de otros narcotraficantes, miembros de las fuerzas armadas vinculados al narcotráfico y paramilitares que aparecen en la serie, lo que muchas oportunidades conduce a la falacia de la generalización apresurada o a evaluar el todo por la parte, como es el caso de algunos miembros de las fuerzas armadas bajo el mando de Escobar, que no significa que todos los miembros de la policía estuvieran bajo las ordenes de Escobar.

Otras veces los casos particulares son utilizados como modelos dignos de imitación, bien sea políticos, policías, periodistas y otros personajes, quienes ocupan el lugar de héroes en la trama, y aparecen como defensores de la moral, la ley y el estado de derecho. Escobar, los otros narcotraficantes, los sicarios, los paramilitares y demás personajes que ocupan el lugar de los villanos o antihéroes, son presentados como anti modelos que no se deben imitar. Sin embargo, el terrible final de los “buenos ejemplos” y la ambigüedad frente a los

modelos dignos de imitación, hacen de esta argumentación por el caso particular un excelente mecanismo disuasivo para hacer el bien y comportarse “moralmente bien” en un mundo ficcional donde ser bueno se paga con la muerte. La argumentación muestra la tensión entre virtudes y vicios en el marco de la modernidad propuesta por el neoliberalismo, ya que mientras los “buenos ejemplos” siguen una lógica del sacrificio y el mártir de tono cristiano, cuya eficacia simbólica se basa en eso que J. E. Rodó llamo la cultura latina y cuyos valores “se centran en la contemplación estética, la generosidad del sacrificio y el sentimiento de solidaridad” (Castro-Gómez & Mendieta, 1998: 4), Escobar y el Cartel de Medellín parecen situarse en el contexto neoliberal que asume los valores anglosajones subyacentes como “el trabajo, el ahorro y el culto a las promesas redentoras del industrialismo y el mercantilismo”. El carácter secularizado de Escobar se evidencia en su comportamiento absolutamente racional y calculador, su perspectiva industrializada del narcotráfico y la mercantilización global de la cocaína basada en la implementación de nuevas tecnologías (teléfonos satelitales, barcos, submarinos, aviones, pistas de aterrizaje, radares, nuevas armas), y en el hecho de que sus rituales y prácticas religiosas se vean reducidos al gesto de acompañamiento o la postura complaciente con actores de jerarquía inferior con los que está ligado laboral o sentimentalmente, como ocurre con el culto al niño Jesús de Atocha, patrono de su madre, las invocaciones religiosas de su esposa o las oraciones antes y después de los crímenes que aparecen en boca de Caín, un hombre negro que es uno de sus sicarios y quien representa a Brances Muñoz Mosquera, alias Tyson, quien es junto a Kiko y el Topo, los únicos afrodescendientes que aparecen cerca al capo, pero que de acuerdo a las jerarquía narco colonial tienen, al igual que las mujeres, un papel secundario en la telenovela.

En su artículo “La banalidad del mal y el rostro contemporáneo de su ideología en una teleserie del narcotraficante Pablo Escobar en Colombia” (2014), Miguel J. Hernández Madrid analiza la argumentación propuesta por varias escenas de la telenovela, haciendo especial énfasis en la religiosidad popular como artificio ideológico, los valores éticos contradictorios que asumen los protagonistas y la función simbólica de las imágenes católicas, pero lo más interesante de su análisis es su llamado de atención sobre la reiteración y ausencia de una tesis clara que sirva de desenlace para los nudos dramáticos que plantean los argumentos presentes en el relato expuesto en cada uno de los episodios. Según Hernández (2014: 5) el vacío ético creado por las escenas diluye la distinción entre bien y mal, e incluso se pregunta: “¿Cómo es que los bandidos de la serie tienen posibilidad de expiar sus pecados mientras que los representantes del orden son exterminados y derrotados por defender los valores éticos seculares y ciudadanos de una sociedad moderna?”.

Aunque no ofrece respuesta a este tipo de preguntas, la Nueva Retórica de Perelman- Olbrechts nos aporta elementos claves para comprender las técnicas discursivas que se usan para lograr la adhesión de una audiencia a las interpretaciones que proponemos para su asentimiento. Su concepto de audiencia es relevante y útil para analizar críticamente la argumentación y evaluar los argumentos. Adicionalmente, la Nueva Retórica ha contribuido a resignificar el discurso epidíctico que, aunque fue analizado por Aristóteles, ha sido mal interpretado por la tradición clásica que lo vinculó a las figuras de estilo, la elocuencia, la manipulación emocional y la habilidad oratoria: “epidictic oratory forms a central part of the art of persuasion, and the lack of understanding shown toward it results from a false conception of the effects of argumentation” (Perelman- Olbrechts, 2008: 49; 1982: 19; Cf. Graff & Winn, 1968: 47).

El carácter público del discurso epidíctico está ligado al propósito de lograr la adhesión de una audiencia a valores comunes. Esta adhesión puede ser de intensidad variable y difiere de la simple persuasión (Perelman- Olbrechts, 2008: 48, 51; Graffand & Winn, 1968: 48). A diferencia de los géneros discursivos deliberativo y judicial, en el discurso epidíctico el compartir los valores es un fin en sí mismo, independientemente de las circunstancias en las cuales la comunión es puesta a prueba. Dicha comunión hace evidente que los valores compartidos con los miembros de una comunidad o una audiencia son el presupuesto fundamental para la eficacia de cualquier discurso: “arguer an audience must be constituted as an ‘effective community of minds’ (*une communauté des esprits effective*)” (Graff & Winn, 1968: 50; Cf. Perelman- Olbrechts, 2008: 14). El concepto de comunión juega un rol fundamental en la Nueva Retórica y abre la posibilidad de la acción humana

cooperativa. La comunión es para Perelman la base de la comunidad y el presupuesto fundamental para lograr la persuasión (Graff & Winn, 1968: 66; Cf. Gross & Dearin, 2002: 135)

No obstante, las herramientas conceptuales que nos brindan Perelman- Olbrechts también resultan insuficientes para analizar la trama narrativa de la Narco telenovela y los propósitos y motivos de la acción simbólica que ella pretende lograr. Es en este punto donde la dramatística de Burke nos aporta elementos adicionales para nuestro análisis. En vez de hablar de comunión y acuerdos sobre lo real o sobre lo preferible, argumentos y persuasión, vamos ahora a considerar los conceptos de identificación, consubstancialidad, mistificación, culpa y redención.

La identificación retórica según Burke y el melodrama de la Narco telenovela

La identificación es un concepto central en la concepción de la retórica propuesta por Burke y constituye el determinante fundamental del éxito en la comunicación retórica. La identificación es mucho más que hacer un mensaje convincente o persuasivo. La identificación comprende los medios por los cuales buscamos unificar los intereses de gente diferente y es precondition para persuadir una audiencia, ya que para Burke el acto de persuadir puede hacerse con el propósito de lograr que la audiencia se identifique a si misma son los intereses, creencias, valores, sentimientos o actitudes del orador (Burke, 1969: 14; Day, 1960: 271; Brock, 1998: 5; Blumenberg, 2014: 53; Paul & Philpott, 2009:1).

Así, Burke introduce su concepto de consubstancialidad que permite a la gente llegar a estar juntos y sobreponerse a sus múltiples diferencias. La consubstancialidad implica la capacidad para compartir y sobreponer la “substancia” (objetos, ocupaciones, amigos, valores, creencias, actividades) entre o con otros individuos. La consubstancialidad es lo que posibilita la identificación, con base en la cual el orador y la audiencia pueden llegar a tener elementos comunes, identificarse o compartir un mismo punto de vista (Burke, 1969: 46, XIV; Blumenberg, 2014: 53; Hochmuth, 1952:136).

La identificación consiste entonces en que el orador y la audiencia se conviertan en consubstanciales mediante la acción simbólica. Burke entiende la substancia como acto, en el sentido de la metafísica aristotélica, pero sostiene que “a way of life is an acting-together; and in acting together, man have common sensations, concepts, images, ideas, attitudes that make them consubstantial.” (Burke 1969: 21)

Burke defiende también que la identificación es necesaria debido a las diferencias sociales, la división del trabajo y las jerarquías que establecen posiciones privilegiadas o posiciones superiores e inferiores de unos con respecto a otros: “identification is affirmed with earnestness precisely because there is division. Identification is compensatory to division. If men were not apart from one another, there would be no need for the rethorician to proclaim their unity. If men were wholly and truly of one substance, absolute communication would be of man’s very essence.” (Burke, 1969: 22; Hochmuth, 1952: 137).

Para Burke no sólo hay una identificación ideal como resultado de compartir creencias, valores, sentimientos y actitudes, o una identificación material en la medida en que somos propietarios de ciertos objetos físicos o tenemos posesiones materiales similares; o una identificación formal cuando estamos involucrados en grupos, eventos, organizaciones o agremiaciones semejantes (Littlejohn & Foss, 2010: 115), sino que además hay una identificación a través de la mistificación que ocurre cuando individuos o grupos de una clase inferior o subalterna se identifican con individuos de una clase hegemónica o dominante (Burke, 1969: 124; 101ss; Cf. Quigley, 1998).

Al analizar las telenovelas colombianas sobre el narcotráfico desde la perspectiva retórica de Burke, se hace visible la preocupación que estas tienen por lograr, conservar e incrementar la identificación, ya que mediante

la identificación se fomenta el sentido de pertenencia a un grupo y se induce a la cooperación de una multiplicidad de individuos con profundas diferencias sociales, mediante la acción simbólica efectuada a través del discurso elaborado por las telenovelas. Sin embargo, en tanto la identificación efectiva no es una simple relación sino una consubstanciación, el discurso de las telenovelas solo puede ser convincente al retomar, crear o fomentar ciertos deseos y necesidades en la audiencia frente a las cuales las telenovelas deben ofrecer una conveniente satisfacción, la pregunta que surge entonces es la siguiente: ¿cuáles son los deseos y necesidades que satisfacen las telenovelas colombianas sobre el narcotráfico?

A fin de ofrecer una respuesta a esta pregunta y entender el doble sentido de la identificación, bien como identificación de la realidad que se describe o bien como identificación con la audiencia para la cual se describe, es fundamental señalar el rol de la consubstancialidad, los motivos que orientan la acción simbólica realizada por la Narco telenovela y el ciclo dramático que ella lleva a cabo.

Así presentadas las cosas, las Narco telenovelas se basan en la injusticia social que crea profundas diferencias y carencias en la sociedad y el profundo deseo de justicia, reconocimiento e igualdad. Sobre la base de esta realidad de carencias y necesidades las Narco telenovelas construyen su retórica narrativa mediante la cual crean la identificación ideal, material y formal con las figuras protagónicas de héroes y villanos que encarnan el bien y el mal, al tiempo que permiten la mistificación de una inmensa cantidad de latinoamericanos y colombianos que viven en la pobreza y la marginalidad, y a quienes no les queda más que la retórica de las telenovelas como un acto compensatorio, reparador y elusivo mediante el cual noche a noche encuentran una satisfacción puramente simbólica e imaginaria a sus carencias y necesidades reales.

Las Narco telenovelas ofrecen a los colombianos en particular, y a los televidentes alrededor del mundo en general, la posibilidad de identificarse con el estilo de vida producto de la cultura del narcotráfico al tiempo que experimentan el ciclo desde la culpa hasta la redención. Una y otra vez la historia de los grandes capos del narcotráfico hace evidente la pobreza, la marginalidad, la falta de reconocimiento y la injusticia social generada por falta de reconocimiento y redistribución generada por la violencia estructural del sistema capitalista en el que vivimos. Esto configura la culpa.

Luego viene la mistificación producto de la identificación de los grupos subalternos y marginales con los protagonistas, sean estos héroes o villanos, quienes ocupan un lugar privilegiado de dominio y poder, y quienes muestran las vías de ascenso social legal o ilegal, moral o inmoral, que permite acceder a la satisfacción de los deseos y necesidades naturales y artificiales de los televidentes. Posteriormente viene la victimización de los buenos por ser buenos y de los malos porque deben recibir castigo. Mediante un juego permanente con la paradoja religiosa del libro de Job “al que actúa bien le va bien y al que actúa mal le va mal”, acompañada con una suerte de “velo de ignorancia” que somete a todos a las mismas reglas del destino y el azar. De esta manera, las Narco telenovelas dibujan la purificación y crean la ilusión de igualdad.

Finalmente, las Narco telenovelas pretenden lograr la redención de las culpas mediante una dramatización que busca la consubstanciación de los televidentes alrededor de un conjunto de creencias, valores y sentimientos compartidos. La redención llega entonces a través de metáforas que se desarrollan como alegorías con contenido moral. En el caso particular de la Narco telenovela “Escobar: el patrón del mal” esta interpretación es obvia. La emisión de cada capítulo abría con una frase del filósofo George Santayana: “Quien no conoce su historia está condenado a repetirla”, con la cual la programadora pretende subrayar que esta telenovela trae un mensaje moral que nos redime, ya que al recordar la barbarie y el terrorismo se supone que estaremos capacitados para superar y evitar que hechos como estos se vuelvan a repetir (Ver “Escobar: el patrón del mal” *Semana Magazine*, June. 2 of 2012).

Cada capítulo de la novela cierra con una nota en la que se afirma: “Escobar el patrón del mal es una serie de ficción producto de la adaptación libre de ‘La parábola de Pablo’ de Alonso Salazar”, sin embargo, a diferencia de este libro resultado de la investigación realizada por el exalcalde de Medellín, la Narco telenovela no posee

el rigor histórico que analiza exhaustivamente las fuentes y confronta críticamente las diferentes versiones y estudios sobre la vida de Pablo Escobar. Por el contrario, la telenovela toma como chivo expiatorio al famoso capo, culpa a todos por su existencia, genera lastima por las víctimas y el victimario, construye el símbolo de un “enemigo común” y pretende convertir en héroes a aquellos que se enfrentaron a “el patrón del mal”, aunque al final viene a resultar que es la programadora, los libretistas, los actores y la telenovela quienes nos redimen al relatarnos su versión de lo sucedido y representar todo en un melodrama purificador.

Es una especie de chamanismo mediático que convierte a Pablo Escobar en un mito semejante a Robín Hood, Dick Turpin, Al Capone, Bonnie & Clyde, Vito Corleone, Scarface, *The Great Gatsby* o el *Lobo de Wall Street*. Las Narco telenovelas contribuyen de esta manera a la elaboración del estereotipo del narco cuya iconografía posee una larga tradición en el cine, la televisión y la cultura de masas en general, pero la pregunta es ¿Por qué generan identificación este tipo de personajes en las audiencias contemporáneas?, Omar Rincón sugiere una respuesta: “Porque somos sociedades de la exclusión y la inequidad donde «el ascender» legítimo vía educación y trabajo no es posible, ya que solo una pequeña parte logra ir a la universidad y habitar la sociedad del trabajo bien remunerado; y en estas sociedades donde «hay que salir adelante a las que sea» (es decir, conseguir dinero para participar de la sociedad del mercado), las opciones están reducidas a la prostitución, la corrupción, el crimen y el narco: todas vías «legitimadas» desde la moral y la razón popular.” (2015: 101)

Otro ejemplo dramático del ciclo culpa-redención y la acción simbólica realizada por las Narco telenovelas, se presenta en el caso de la telenovela colombiana “El cartel de los sapos”, basada en el libro del mismo nombre, escrito por el confeso narcotraficante Andrés López López durante su estadía en prisión. El libro inicia con la misma frase de Santayana utilizada en “Escobar: el patrón del mal” y acto seguido procede a realizar una confesión de culpabilidad y una petición de perdón: “no me importa confesar que me revolqué en las sucias entrañas de ese monstruo para luego ser vomitado por el (...) lo mínimo que puedo hacer en retribución con ese ser divino que me cuido es contar mi propia verdad y esperar que las generaciones futuras capitalicen nuestras heridas en su beneficio y no se repita esa funesta historia.” (López, López, 2008: 8)

La telenovela “El cartel de los sapos” inicia de igual forma que el libro en que se basa, con la mortificación que realiza el protagonista mediante una confesión que hace desde la prisión donde paga su condena por narcotráfico. El protagonista reflexiona y se da cuenta de sus pecados, lo que convierte su castigo en un tipo de muerte simbólica. No obstante, en tanto que el narcotraficante sale de prisión y recobra su vida normal, queda claro para todos los televidentes que las situaciones vividas y recreadas en la trama de la Narco telenovela, aunque son el resultado de las malas acciones del protagonista a través de medios ilegales y métodos criminales con el propósito de enriquecerse, el villano ha tenido su castigo, ha purgado sus culpas y, finalmente, encontró la trascendencia en una suerte de “renacimiento” espiritual, lo que incluso le permite aportar “con un granito de arena a construir un mundo mejor.” (López, López, 2008: 313).

Al analizar desde la perspectiva retórica y dramática de Burke el discurso de las Narco telenovelas y mirar el contexto político, económico y social de las sociedades latinoamericanas actuales donde el narcotráfico sigue siendo una vía de ascenso y proyección social para las clases más desfavorecidas, resulta comprensible la identificación que producen estas telenovelas y su alto rating de sintonía: “Escobar, el patrón del mal fue un éxito en todo el mundo. Lo cual demuestra que el crimen sí paga. Y es que, en nuestra sociedad, nos interesa más saber de qué están hechos los malos que los buenos”. (Rincón, O. 2015: 94).

En un mundo donde los grandes metarrelatos de la modernidad nunca se establecieron o fracasaron, el discurso televisivo de las narcotelenovelas cumple una función simbólica y cultural determinante que afianza los estereotipos del bien y el mal, contribuye a homogeneizar la multiplicidad étnica y cultural de Latinoamérica, y fomenta la internalización de las categorías y jerarquías del capitalismo que se han incorporado al sistema narco colonial característico de la cultura del narcotráfico. Gracias a la globalización de las Narco telenovelas, la televisión extiende por todo el mundo una visión estereotípica de América Latina como una sociedad subal-

terna y marginal, afianzando la desigualdad entre el éxito y el fracaso sobre la base de una categorización colonial de los no-europeos, no-blancos y no-desarrollados como inferiores (Quispe-Agnoli, 2012).

Frente a la ilusión de una globalización democrática de los productos culturales latinoamericanos, la Narco telenovela se globaliza exitosamente al circular por todo el mundo, al tiempo que se re-territorializa y reproduce mediante la adaptación de los guiones, tanto en su contenido como en sus mecanismos sociales de representación, a las particularidades locales de otras regiones del mundo en donde el narcotráfico y el capitalismo tienen su influjo (Quispe-Agnoli, 2012; Cf. Cervantes, 2005). La retórica de la Narco telenovela se “glocaliza” (*glocalize*) en los imaginarios colectivos de una audiencia abstracta y prefabricada construida por la industria cultural, mientras que los individuos concretos y las sociedades reales permanecen sin reconocimiento bajo el dominio de un sistema de desigualdad e injusticia (García Canclini, 1989: 86; 1995: 196; Martín-Barbero, J., & Muñoz, S., 1992: 26-29).

La cuestión ahora sería ¿hasta qué punto la redención e identidad retóricas producidas por el discurso de las telenovelas es suficiente para conservar el *statu quo* y satisfacer el anhelo de una auténtica transformación social en un mundo sometido simultáneamente a la colonialidad y el narcotráfico? Es una cuestión pertinente aunque difícil de responder. Por ahora, parece que el narcotráfico y las Narco telenovelas sirven de alternativas posibles y sedantes útiles para sociedades liquidas, que todavía no se recuperan del fracaso de los grandes proyectos de emancipación social y se muestran incapaces de reinterpretar sus viejos anhelos modernos de justicia e igualdad, reduciendo su espectro de acción al goce efímero del consumo de imágenes y la industria creada por la televisión. Cada día nos acercamos más al ideal de la cultura de masas: convertir a todos los ciudadanos en una especie de “Homeros Simpson”, televidentes dominados por el sistema capitalista y agotados de sus labores diarias, quienes incorporan los estereotipos proyectados por el dispositivo televisivo, se identifican con las narrativas de los melodramas y permanecen sujetos a un sistema social injusto sin esperanza de transformarlo. La Narco telenovela colombiana se convierte así en producto ideal de la cultura de masas y contribuye generosamente a la consolidación del sistema narco colonial que domina actualmente la industria cultural de la telenovela en buena parte de las Américas.

Bibliografía:

- Aristotle, O., & Kennedy, G. A. (2006). *On rhetoric: A theory of civic discourse*. Oxford University Press.
- Barbero, J. M. (1987). De los medios a las mediaciones. *Comunicación, cultura y hegemonía*, 2, 283.
- Benjamin, W. (2008). *The work of art in the age of mechanical reproduction*. Penguin UK.
- Blumenberg, R. (2014). An Ode to Objects: Using Kenneth Burke's Identification Theory and Pentad to Heal from Loss. *Colloquy*, 10, 50-64.
- Brock, B. L. (Ed.). (1998). *Kenneth Burke and the 21st Century*. SUNY Press.
- Castro-Gómez, S., & Mendieta, E. (1998). La translocalización discursiva de Latinoamérica en tiempos de la globalización. *Teorías sin disciplina. Latinoamericanismo, poscolonialidad y globalización en debate*, SMAP, México DF.
- Cheney, G. (1983). The rhetoric of identification and the study of organizational communication. *Quarterly journal of speech*, 69(2), 143-158.
- Cervantes, A. C. (2005). La telenovela colombiana: un relato que reivindicó las identidades marginadas. *Investigación y desarrollo: revista del Centro de Investigaciones en Desarrollo Humano*, 13(2), 280-295.

- Cisneros E., M., Rojas, I. y Olave, G. (2008). "El lenguaje de la telenovela desde el estereotipo y la moraleja". En: *Hechos y proyecciones del lenguaje*, (16-17), pp. 148-169. Pasto: Universidad de Nariño, Departamento de Lingüística e Idiomas.
- Crosswhite, J. (1989). Universality in rhetoric: Perelman's universal audience. *Philosophy & rhetoric*, 157-173.
- Crosswhite, J. (1995). Is there an audience for this argument? Fallacies, theories, and relativisms. *Philosophy & rhetoric*, 134-145.
- Day, D. G. (1960). Persuasion and the Concept of Identification. *Quarterly Journal of Speech*, 46(3), 270-273.
- Estupiñán, M. C., Arias, G. O., & García, I. R. (2009). El lenguaje de la telenovela en la conducta lingüística de televidentes jóvenes: un estudio de caso. *Perspectivas de la Comunicación-ISSN 0718-4867*, 2(2), 7-17.
- García Canclini, N. (1989). *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, 198.
- Gerbner, G. (1969). Toward "cultural indicators": The analysis of mass mediated public message systems. *Educational Technology Research and Development*, 17(2), 137-148.
- González, J. A. (1998). *La cofradía de las emociones (in) terminables: miradas sobre telenovelas en México*. Universidad de Guadalajara.
- Graff, R., & Winn, W. (2006). Presencing "Communion" in Chaim Perelman's New Rhetoric. *Philosophy and Rhetoric*, 39(1), 45-71.
- Gross, A. (1999). A theory of the rhetorical audience: Reflections on Chaim Perelman. *Quarterly Journal of Speech*, 85(2), 203-211.
- Gross, A. G., & Dearin, R. D. (2002). *Chaim Perelman*. SIU Press. febrero.
- Heidegger, M. (1975). "The Thing", in *Poetry, language, thought* (p. 143). New York: Harper & Row.
- Hernández Madrid, Miguel J. (2014) "La banalidad del mal y el rostro contemporáneo de su ideología en una teleserie del narcotraficante Pablo Escobar en Colombia", *INTERSTICIOS SOCIALES*, AÑO 4, NÚM. 8, Septiembre.
- Hochmuth, Marie. "Kenneth burke and the "new rhetoric"." *Quarterly Journal of Speech* 38.2 (1952): 133-144.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (2002). "The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception", in *Dialectic of enlightenment: Philosophical fragments*. Stanford University Press.
- Larrotta, Santiago. "Después de Escobar el patrón del mal", *El Espectador*, Nov. 11 de 2012. Disponible en: <http://www.elespectador.com/noticias/cultura/despues-de-escobar-el-patron-del-mal-articulo-388009> Última consulta 03-04-2015
- Long, R. (1983). "The role of audience in Chaim Perelman's new rhetoric." *Journal of Advanced Composition*, 107-117.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2010). *Theories of human communication*. Waveland Press. Ninth Edition.
- López-Pumarejo, T. (1987). *Aproximación a la telenovela: Dallas, Dinasty, Falcon Crest*.
- Martín-Barbero, J., & Muñoz, S. (1992). *Televisión y melodrama: géneros y lecturas de la telenovela en Colombia*. Bogotá, Colombia: Tercer mundo editores.
- Martín-Barbero, Jesús (1998), "Modernidades y destiempos latinoamericanos", *Nómadas*, nº 8, Bogotá, <http://www.scribd.com/doc/6315023/Modernidades-y-destiempos-latinoamericanos>.
- Martín-Barbero, J., & Rey, G. (1999). *Los ejercicios del ver: hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Gedisa.
- Martín-Barbero, J., & Janer, Z. (2000). Transformations in the map: Identities and culture industries. *Latin American Perspectives*, 27-48.

- Maya, Maureen. "Los falsos históricos de la televisión colombiana" en Seminario Virtual: La caja de herramientas, Marzo-Abril de 2013. Disponible en: <http://viva.org.co/cajavirtual/svc0344/articulo04.html> Última consulta 03-02-2015
- Mazziotti, N. (1993). El espectáculo de la pasión: las telenovelas latinoamericanas (Vol. 4). Ediciones Colihue SRL.
- Monsiváis, C. (2000). Aires de familia: cultura y sociedad en América Latina. Anagrama.
- Mumford, L. S. (1995). "What is that named soap opera?" in Love and ideology in the afternoon: soap opera, women and television genre. Indiana University Press.
- Paul, C. A., & Philpott, J. (2009). The Rise and Fall of CTS: Kenneth Burke Identifying with the World of Warcraft. Proceedings of DiGRA 2009.
- Perelman, Ch. (1967) Justice, New York, Random House.
- Perelman, C. & Olbrechts, T. (1970). The new rhetoric: A theory of practical reasoning. In Herzberg, B., & Bizzell, P. (1990). The Rhetorical Tradition: Readings from Classical Times to the Present.
- Perelman, C. (1982). The realm of rhetoric, trans. W. Kluback, University of Notre Dame Press, Notre Dame.
- Perelman, C. (2008). The new rhetoric: A treatise on argumentation. University of Notre Dame Press
- Quigley, B. L. (1998). Identification" as a key term in Kenneth Burke's rhetorical theory. American communication journal, 1(3).
- Quispe-Agnoli, R. (2012). La telenovela latinoamericana frente a la globalización: roles genéricos, estereotipos y mercado. La Mirada de Telemo, (2). (<http://ezproxibib.pucp.edu.pe/index.php/lamiradadetelemo/article/view/3540/3418>)
- Raimondi, M. M. (2011). La telenovela en América Latina: experiencia de la modernidad en la región y su expansión internacional. Boletín Elcano, (136), 8.
- Reyes, Santiago. "Los tres Caínes: las dificultades de recrear la historia reciente de Colombia en TV", Antropologika Abril 2 de 2013. Disponible en: <http://antropologika.com/2013/04/02/los-tres-caines-las-dificultades-de-recrear-la-historia-reciente-de-colombia-en-tv/> Última consulta 02-01-2015
- Rincón, O. (2008). La telenovela: Un formato antropófago. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, (104), 48-51.
- Rincón, O. (2010). NarcoTv: o lo narco como marca actual de la telenovela colombiana. Quimera: Revista de literatura, (315), 41-45.
- Rincón, O. (2015) Amamos a Pablo, odiamos a los políticos. Nueva Sociedad No 255, enero-
- Sarlo, B. (1994). Escenas de la vida postmoderna. Intelectuales, artes y videocultura en la Argentina. Ariel, Buenos Aires.
- Tremonti, F. (1995). La telenovela: entre la necesidad cultural y el mercado internacional. Revista Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación, (91).
- Vilches, Lorenzo (1997). La fuerza de los sentimientos. En E. Verón y L. Escudero Ch. (comps.) Telenovela: ficción popular y mutaciones culturales. Barcelona: Gedisa.

Recursos Online:

- Página Oficial Telenovela "Escobar: El Patrón del mal", <http://www.caracoltv.com/escobar>; <https://es-la.facebook.com/pages/EscobarEl-patron-del-mal-Pagina-Oficial/322264564518645> Última consulta 03-05-2015
- Página Oficial Telenovelas "Cartel de los Sapos", <http://www.caracoltv.com/programas/series/elcartel-la-guerra-total>; <https://es-es.facebook.com/CartelDeLosSaposOficial> Última consulta 03-05-2015

Página Oficial Telenovela “Los tres Caínes”, http://portal.canalrcn.com/programas/tres_caines; <https://es-es.facebook.com/LosTresCaines> Última consulta 03-05-2015

“El patrón del mal: una ficción muy real”, Semana, 2012/06/02. Disponible en: <http://www.semana.com/nacion/articulo/el-patron-del-mal-ficcion-muy-real/258919-3> Última consulta 07-03-2015

“El inesperado capítulo de tres Caínes”, Revista Semana, Marzo 21 de 2013. Disponible en: <http://www.semana.com/nacion/articulo/el-inesperado-capitulo-tres-caines/337476-3> Última consulta 07-03-2015