

De *Breaking Bad*, del narco, la educación, El Peje y el rompimiento con los paradigmas



FOTOS: Internet

El Librero

Por Ramón Cuéllar Márquez

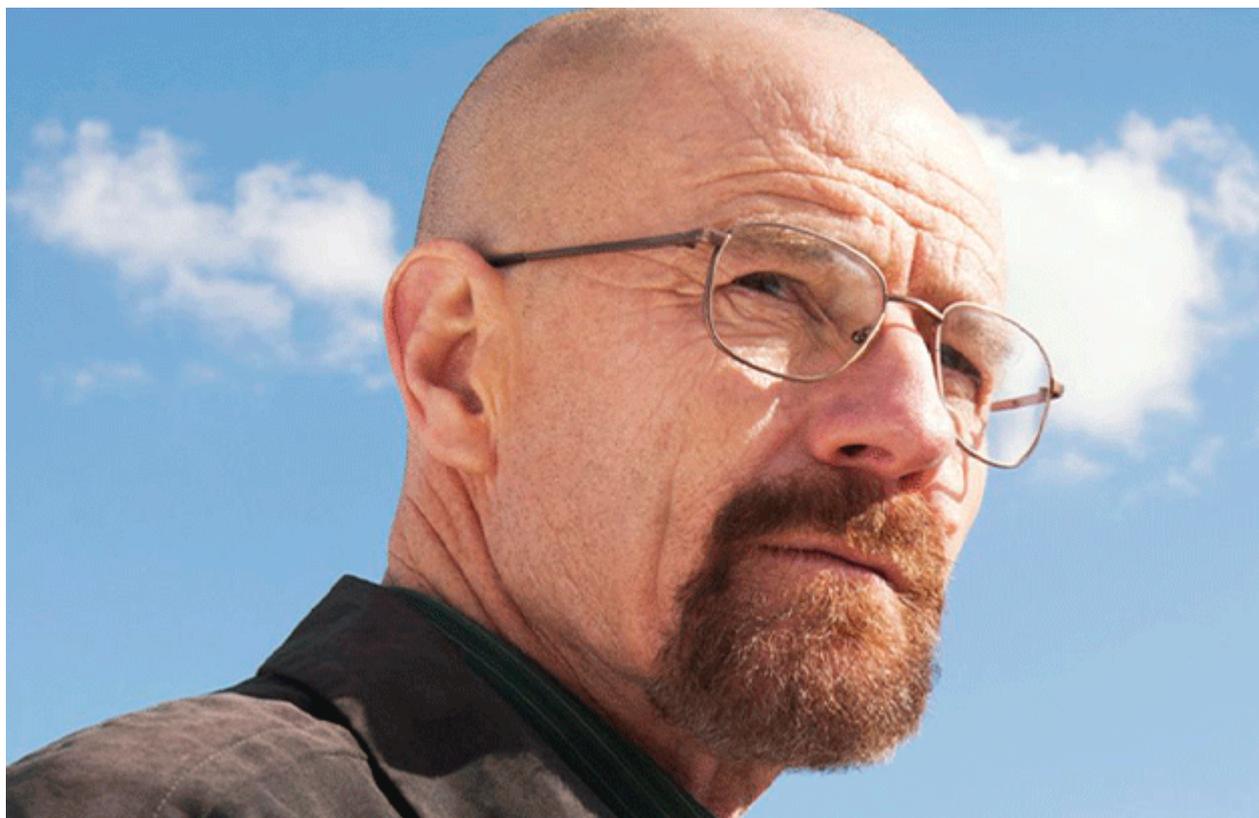
Para María Teresa Alba, Óscar Pech y Ulises Villarreal, por el diálogo.

La Paz, Baja California Sur (BCS). Qué interesantes percepciones de la serie de **Breaking Bad** (EUA, 2008) se pueden dar en una conversación en redes. Yo la vi completa, me gustó-

no me gustó. Bien construida y personajes sólidos. Pero creo que es un producto del mercado que no propone otra cosa que seguir el modelo de la empatización-simpatización con la delincuencia –como las películas de Scorsese con la mafia, que podríamos llamar como *crimefriendly*–, que llegas a adorarlos e incluso imitarlos –vi videos de niños en *YouTube* “jugando” a **Walter White** y haciendo metanfetaminas, que por cierto los terminaron quitando, supongo que por obvias razones éticas y morales.

*Es una fórmula que encaja perfecto en el ámbito capitalista, pues nunca propondrían una obra masiva que los haga cuestionarse el sistema en el que viven, porque primero no sería negocio y segundo los haría pensar. Es cierto que **Walter** es un genio, pero nos presenta la oscuridad de un personaje que no tiene otro destino que ese, seguir sus impulsos, de los que no puede escapar y se entrega a ellos por una fascinación despertada a la oscuridad.*

También te podría interesar: [La Secretaría de Cultura, el FONCA, el SNCA y la carabina de Ambrosio](#)



Hay cientos de personas brillantes que teniendo el mismo espectro – contexto –pobreza, problemas económicos, un genio “bueno” al que tratan como “tonto”, porque, oye, ser estúpido no es negocio, y si eres un inteligente peligroso, pues hay que hacerlo ver muy idiota–, no se dejan ir de boca por ese camino; pienso en el *Peje* como personaje social fascinante: ese *vato* no sé si sea un genio, pero tiene un carisma que lo condujo por otro lado; él mismo lo ha dicho: “No me interesa el dinero, pude haber sido inmensamente rico”, pero ya sabemos la historia y es una de la vida real, con sus aciertos y desaciertos, pero que definitivamente, es un cambio de paradigma en la historia de **México**.

Ni **Netflix** tiene ese guion. Y el personaje del *Peje* trae enloquecida a toda una élite que creía que podía controlar nuestras vidas y además explotarnos perpetuamente. Digo, hasta los “intelectuales” de esa élite andan entre el odio y el embeleso escribiendo libros y artículos, tratando de entender por qué perdieron la narrativa social –a causa de ese ente, para nada de ficción–, la que ya habían construido con esmero durante casi cuatro décadas y que les redituaba jugosos negocios culturales y periodísticas. Hoy en día la lucha por esa “narrativa” se está dando en todos los frentes, donde se escribe la novela para las próximas décadas. Nuestra propia serie que se transmite a diario y con millones de personajes.

*En el caso de **Breaking Bad**, comparto plenamente, el punto de vista de quienes dicen que se trata de un drama humano que lleva a sus extremos a los personajes –como en la vida real, aunque esta es mucho más fuerte que un producto televisivo–, e incluso es una crítica al sistema de seguridad pública de EUA –tipo Joker, de 2019. No obstante, en los medios masivos nada es gratuito ni sucede porque sí, estoy convencido, no se trata de “un simple programa”. La serie House of Cards (EUA, 2013) tenía supervisión directa de la Casa Blanca quienes decidían lo que sí y lo que no. Todas las series gringas, su cine, tiene ese problema, pasan por el filtro de la censura*

del sistema, y más de un medio tan controlado como lo es Hollywood. Por supuesto, hay películas independientes estadounidenses que se cuecen aparte, pero en realidad, ese es el patrón con el que se guían.



Como dije, pienso que por un lado es verdad que solo es una serie, pero por otro no hay tal inocencia ni ingenuidad en quienes producen: son como las telenovelas de *Televisa*, la misma botella, de diferentes colores, pero la misma sustancia a tomar, saben perfectamente, lo que están produciendo. Son expertos en marketing, en el tipo de público al que se dirigen y la psicología social que necesitan para impactar. El **narco** fue introducido a nuestras vidas de modo violento y los medios, lejos de cuestionarlo, lo asumieron como producto a explotar porque resultó rentable.

Recuerdo que a finales de los 90 decían que estaban "colombizando" a **México**, porque en aquellos lares ya habían metido ese modelito fascista y producía los primeros escritores del **narco** que luego se hicieron famosos. Claro, una

serie hay que verla con ojos divertidos, para eso son, pero también con ojo crítico para no perder el norte. Y es verdad, también me lo pregunté, cómo es que los niños veían esa serie de **Breaking Bad**: pues porque seguro no tenían control parental. Porque no era un video, eran decenas de ellos, niños y adolescentes que los imitaban. ¿Ustedes creen que a **Netflix** le importaba eso? Pues no. Claro, te “avierten” que es para adultos, pero en este mundo se rompen las reglas muy seguido y se pierde la supervisión por distintos factores.

Las series de Narcos (Colombia-EUA, 2015; México-EUA, 2018) y El Chapo (EUA, 2017), y toda esa parafernalia no las he visto, lo intenté, pero no pude porque me resultaron monótonas, predecibles, amarillistas, contándonos una historia que pretende decirnos “la verdad”, pero que en el fondo hay una manipulación de la información sobre qué se debe decir exactamente al auditorio. Creo, sinceramente, que todo eso “educa”, o al menos influye, queramos o no, porque ahí están al alcance de la mano y tiene sus efectos en la psique social –y no, no nos volveremos todos narcos ni asesinos, pero los patrones conductuales pueden ser otros.

Y no es que sea una cuestión moralista de “es malo” y si no te gusta “*pos no lo veas*”, sino que esa es nuestra realidad: así se construyeron las nuevas mentalidades durante el **neoliberalismo**, una sociedad desprovista de identidad que ya no sabe quién carajos es. Quizá sea una oportunidad en esta época cuestionarnos qué fue lo que pasó, cómo fue que apagamos la luz de la realidad y dejamos que el mercado nos condujera con la promesa del éxito y la ganancia a ultranza, sin importar los medios ni los escrúpulos para tener “éxito”.

—

AVISO: CULCO BCS no se hace responsable de las opiniones de los colaboradores, ésto es responsabilidad de cada autor; confiamos en sus argumentos y el tratamiento de la

información, sin embargo, no necesariamente coinciden con los puntos de vista de esta revista digital.