



**Consumindo narcocelebridades no espetáculo midiático:
Teleficção e produção de subjetividade a partir da figura de Pablo Escobar**

Carolina Saboia¹

Tendo em vista a importância da comunicação e do consumo em nossos dias, bem como a centralidade da teleficção no contexto cultural latino-americano (BACCEGA, 2014), este estudo elege como objeto empírico a obra de teleficção denominada *Pablo Escobar: el patrón del mal*, uma produção original colombiana do gênero telenovela, mais tarde reformatada como websérie disponível no serviço de *streaming* Netflix. Entendendo o fenômeno da celebridade como sintoma da cultura (FRANÇA, 2014), focalizamos neste estudo o carisma e a ambivalente fascinação em torno da narcocelebridade que protagoniza a série acima mencionada. Para tanto, empreenderemos análise crítica desta produção com base nos estudos da comunicação, do consumo, da teleficção e da produção de subjetividades no contemporâneo.

Definimos um objetivo geral norteador para nossa pesquisa: analisar a produção de subjetividades, que estamos nomeando nesse trabalho como narcocelebridade, a partir das articulações entre comunicação, consumo presentes no ideário da chamada narcocultura (RINCÓN, 2013). Nosso foco será a figura do traficante Pablo Escobar na obra de teleficção anteriormente mencionada. De modo a poder responder com clareza nossa problemática, guiados por nosso objetivo geral, assumimos dois objetivos específicos: discutir a emergência da narcocultura como marco regional latino-americano na contemporaneidade; discutir as transformações na ficção televisual com a entrada em cena de plataformas de *streaming* e produção de conteúdo como a Netflix, com base no recorte empírico da pesquisa.

Embasaremos nossa pesquisa em uma estratégia metodológica abrangente, que se vale de aportes teóricos de diferentes campos para fundamentar a análise crítica de um fenômeno comunicacional entendido como extremamente complexo. Propomos que

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) - Bolsista Capes – sob orientação da Profa. Dra. Gisela Castro. E-mail: carolsaboia66@gmail.com



a pesquisa se desenvolva em duas etapas metodológicas: 1) Pesquisa bibliográfica a partir dos quatro eixos temáticos desse estudo: comunicação/consumo/subjetividades; teleficação; celebridades e narcocultura. Buscamos aqui o apuramento do quadro teórico-conceitual de referências que serão mobilizadas durante todo o desenrolar da pesquisa. 2) Pesquisa empírica: obra de teleficação *Pablo Escobar: el patrón del mal*. Em relação à seleção do corpus: trabalharemos com cenas que tematizam a formação, o auge e a queda na trajetória de Pablo Escobar. Fundamentada na pesquisa bibliográfica empreendida, a análise crítica desse recorte pretende dar a entender como a obra apresenta as ambiguidades Pablo Escobar contrastando sua relação com a família, com os sicários² e com seus inimigos. Durante toda a análise, nosso olhar irá se servir do fascínio provocado por essa narcocelebridade, aliado ao caráter moralmente duvidoso de várias de suas ações.

Portanto, ao analisar o corpus, buscaremos discutir sobre a constituição da narcocultura latino-americana, as transformações no âmbito da produção e consumo de ficção televisual e, finalmente, a produção de modelos de subjetividade atrelados ao que nomeamos como narcocelebridades.

Palavras-chave: Comunicação e consumo; Ficção seriada; Narcocultura; Narcocelebridade; Pablo Escobar.

Referências

BACCEGA, M. . Comunicação e consumo . In: CITELLI, A.; BERGER, C.; BACCEGA, M. A.; LOPES, M. I. V; FRANÇA, V. F. (orgs.). **Dicionário de Comunicação- escolas, teorias e autores**. São Paulo: Contexto, 2014. p. 53-64.

BRAGANÇA, M. A narcocultura na mídia: notas sobre um narcoimaginário latino-americano. **Significação: revista de cultura audiovisual**. São Paulo, v. 39, n. 37, 2012. Disponível em: < <http://www.revistas.usp.br/significacao/article/view/71261>>. Acesso em 4 de julho de 2019.

² Homens que, na narcocultura, matam por dinheiro. (RINCÓN, 2013, p. 204).



FRANÇA, V. Celebidades: identificação, idealização ou consumo?. In: FRANÇA, V; FREIRO FILHO, J; LANA, L. SIMÕES, P (orgs). **Celebidades do Século XXI**. Ed. 1. Editora Sulina. 2014

RINCÓN, O. Todos temos um pouco de tráfico dentro de nós: um ensaio sobre o narcotráfico/cultura/novela como modo de entrada na modernidade. **Revista Matrices**. Ano 7, São Paulo, 2013, p.193- 219.

_____. Amamos a Pablo, odiamos a los políticos Las repercusiones de Escobar, el patrón del mal. **Revista Nueva Sociedad** Número 255. México, 2015. p. 94-105

ROCHA, S.; VIMIEIRO, A. Narcodramas: sobre o predicado —”narco” de produções televisivas colombianas e o caso de *Escobar, el patrón del mal*. **Revista LUMINA**. Juiz de Fora: 2018, p. 146-165.