

Emma Coronel y la feminidad buchona en redes sociodigitales. Formas de resignificar a la mujer en el narcotráfico¹

Emma Coronel and the buchona femininity in social media. Ways of redefining women in drug trafficking

Emma Coronel e a feminilidade buchona nas redes sociodigitais. Maneiras de redefinir as mulheres no tráfico de drogas

DOI: <https://doi.org/10.32870/cys.v2024.8682>

ANA SOFÍA APODACA-CABRERA²

<https://orcid.org/0000-0001-6538-8307>

BETSABEE FORTANELL-TREJO³

<https://orcid.org/0000-0003-1542-7106>

Este texto analiza discursos sobre Emma Coronel, esposa de Joaquín “El Chapo” Guzmán, y la feminidad buchona en Instagram y TikTok. Empleando la netnografía, se aproxima a las redes sociodigitales para abordar la relación entre la narcocultura y el género, implicando componentes socioculturales, económicos, políticos, históricos y tecnológicos. Se identifican prácticas y discursos que participan en la construcción de la feminidad buchona. Sin embargo, se cuestiona el capital erótico como una forma de resistencia en el narcomundo.

PALABRAS CLAVE: Feminidad buchona, género, net-narcocultura, redes socio-digitales.

This text analyzes discourses about Emma Coronel, Joaquín “El Chapo” Guzmán’s wife, and the buchona femininity on Instagram and TikTok. Using netnography, it approaches sociodigital networks to address the relationship between drug culture and gender, involving sociocultural, economic, political, historical, and technological components. Practices and discourses that participate in the construction of buchona femininity are identified. However, erotic capital is questioned as a form of resistance in the drug world.

KEYWORDS: Buchona femininity, gender, net-narco culture, social media.

Este texto analiza discursos sobre Emma Coronel, esposa de Joaquín “El Chapo” Guzmán, e a feminilidade buchona no Instagram e no TikTok. Utilizando a netnografia, aborda as redes sociodigitais para abordar a relação entre narcocultura e gênero, envolvendo componentes socioculturais, econômicos, políticos, históricos e tecnológicos. São identificadas práticas e discursos que participam da construção da feminilidade buchona. Contudo, o capital erótico é questionado como forma de resistência no mundo das drogas.

PALAVRAS-CHAVE: Feminilidade buchona, gênero, net-narcocultura, redes sócio-digitais.

Cómo citar:

Apodaca-Cabrera, A. S. & Fortanell-Trejo, B. (2024). Emma Coronel y la feminidad buchona en redes sociodigitales. Formas de resignificar a la mujer en el narcotráfico. *Comunicación y Sociedad*, e8682. <https://doi.org/10.32870/cys.v2024.8682>

¹ Esta investigación fue financiada por el Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías (CONAHCYT).

² Universidad Autónoma de Querétaro, México. apodacaanasofia@gmail.com

³ Universidad Autónoma de Querétaro, México. betsabee.fortanell@uaq.edu.mx

Fecha de recepción: 31/05/2023. Aceptación: 10/07/2023. Publicación: 13/12/2023.

INTRODUCCIÓN

Este trabajo tiene el propósito de identificar discursos en redes sociodigitales (RRSS) asociadas con la (auto)representación del género y la narcocultura a partir de contenidos visuales y audiovisuales sobre Emma Coronel; considerando que la interacción social a través del entorno digital ha tomado un rol importante para el estudio de la construcción, producción, distribución, difusión y consumo de contenidos culturales (Villaplana & León, 2022) en este caso de la narcocultura y recordando que las industrias culturales y mediáticas reaccionan ante las necesidades locales y globales del mercado (Karam, 2018; Thoreau, 2022).

EL NARCOTRÁFICO, UN FENÓMENO CULTURAL, ECONÓMICO, SOCIAL Y POLÍTICO

Para estudiar la narcocultura y el género como una interrelación, es necesario contemplar el contexto de las significaciones, así como para analizar y cuestionar las construcciones culturales con relación al narcotráfico (Estévez, 2013; León, 2019), una corporación que participa en diferentes esferas sociales (Wainwright, 2018), incluyendo de orden político y, por supuesto, económico.

En México, la relación entre el narcotráfico y el sistema político quedó evidenciada en el caso de Genaro García Luna, quien fuera titular de la Secretaría de Seguridad, en el gobierno de Felipe Calderón (2006-2012), y que encabezó la llamada “lucha contra el narcotráfico”. Cabe mencionar que García Luna fue declarado culpable por sus vínculos con el crimen organizado el 21 de febrero de 2023 (BBC, 2023a). También ha sido notoria la relación del crimen organizado con el Estado. En 2021, Emma Coronel reconoció su participación “en el complot para orquestar la fuga del Chapo en 2015, y reveló que estuvo involucrada en el pago de 4 millones de dólares en sobornos a funcionarios del gobierno de Enrique Peña Nieto en 2014 y 2016” (Hernández, 2021, p. 291).

Por otra parte, socialmente el narcotráfico se vuelve común. En la vida cotidiana, están en circulación imaginarios sobre el narcotraficante, el narcomundo y las mujeres en el narcotráfico, los cuales han sido incentivados por el consumo de productos culturales (Becerra,

2018; León, 2019; Mercader, 2012; Mondaca, 2014). De las dinámicas de consumo ha derivado el llamado *narcomarketing*; una estrategia de mercado que ha recuperado los contextos colombianos y mexicanos de Pablo Escobar y Joaquín Guzmán Loera, respectivamente, para convertirlos en marcas y ganancias para las industrias culturales (León, 2019) y que se ha replicado también para otras figuras del crimen organizado.

En diálogo con esta idea, también desde las nuevas tecnologías se construyen y se reproducen imaginarios sociales que contribuyen a la representación de las mujeres insertas en el narcomundo, o que aspiran a estar, pero que también vuelven a la narcocultura una forma de habitar la vida, el cuerpo y el género.

ESTUDIOS SOCIOCULTURALES Y COMUNICATIVOS SOBRE EL NARCOTRÁFICO

Se reconoce que el narcotráfico ha sido un fenómeno social abordado en las ciencias sociales para el estudio de la violencia, el consumo y la masculinidad (Vásquez, 2017). Aquí, se realiza un breve recorte en el estado del arte para dar cuenta de cómo, particularmente, desde la comunicación se han realizado esfuerzos que reconocen cómo las industrias culturales legitiman y reproducen símbolos y significados culturales que validan las ideas de la mujer y lo femenino en el narcomundo.

Mondaca et al. (2015) reconocen que, a pesar de identificar esfuerzos de empoderamiento femenino en el narcotráfico, la visión masculina mantiene la cosificación de las mujeres. Si bien ellas participan como sicarias, jefas, lava dinero o mulas, continúa la tendencia en el narcomundo a “convertir a la mujer en un objeto del mercado como oferta para el encanto y la complacencia de los hombres” (p. 183). Particularmente, las autoras se concentran en el estudio de los narcocorridos y en cómo estos sirven para promover imaginarios sociales; asimismo, destacan el papel de las redes sociales como plataformas de expansión de la música.

Las narconovelas son otra forma de industria cultural en la que se reproduce cómo en el crimen organizado las violencias de género y social son normalizadas y representadas como patrones culturales. Para

Hernández y Pech (2020), este tipo de relatos visuales recrean un mundo idealizado en el que los valores éticos y morales se ponen en juego para legitimar las violencias.

También las novelas literarias se han empleado para el estudio de los procesos de construcción del poder de la mujer en el narcomundo. Al abordar este tipo de industrias culturales Carrillo (2020) habla del narcoempoderamiento; que es una manera de ganar poder a través de prácticas violentas como los asesinatos y el secuestro. A través del estudio de la música, Mondaca (2004) ha mostrado la participación histórica de las mujeres en el narcomundo. Situada en la perspectiva de género y los estudios culturales, la autora identifica a la mujer en los negocios del narcotráfico como una persona cruel, vengativa, poderosa, violenta y controladora.

Estudios previos muestran cómo las industrias culturales reproducen significados sobre la participación de la mujer en el narcomundo. Lo mismo ocurre con la música, las narconovelas y las novelas, pues retratan cómo las mujeres buscan lugar y empoderamiento en el crimen organizado. Sin embargo, esas formas de ejercicio de poder están arraigadas a expresiones masculinas de violencia. Asimismo, se observa cómo la violencia de género sigue siendo legitimada y normalizada en el narcomundo. Es decir, a pesar de esfuerzos de resistencia, la mujer queda atrapada en mundos violentos, en los cuales puede ser víctima o victimaria.

LA NARCOCULTURA Y LA NET-NARCOCULTURA

El narcotráfico se vuelve parte de la vida cotidiana y de la cultura desde los medios de comunicación, en los consumos del cine, la televisión y las redes sociodigitales. Por ejemplo, Telemundo o Univisión con las narconovelas, las coberturas y las entrevistas tanto a actores como a figuras del narcotráfico; Netflix abordando la narcocultura en series; y la industria musical con los narcocorridos, narcorap o el regional mexicano, entre otros (Alzati, 2019; Thoreau, 2022; Villaplana & León, 2022). Los medios de comunicación están ahí para propagar prácticas, significados e identidades.

En el presente trabajo se retoma el concepto de narcocultura bajo dos ideas: como un “conjunto de prácticas que componen un cierto

modo de vida y, por otra, en el sentido de los registros estéticos que se producen a partir del contexto del narcotráfico” (Correa, 2022, p. 183). De la segunda, deriva la narcoestética (representaciones y formas culturales) visible en las narcoseries, narcocorridos y narcoliteratura (Correa, 2022), o notoria en la modificación del cuerpo (principalmente femenino) (Pressly, 2021).

Ambas ideas sobre la narcocultura se incrustan en la “construcción de unas narrativas y representaciones que en parte se alimentan de medios de comunicación y de formas artísticas” (Correa, 2022, p. 183). Al respecto, Rincón (2013) afirma que “todos llevamos un narco adentro..., el narco permite pequeñas felicidades capitalistas; imagina progreso, libertad, igualdad; promete el confort del tiempo libre, las mujeres, el entretenimiento y la figuración social” (p.2).

La Web 2.0, caracterizada principalmente por la conformación de comunidades y RRSS, brinda el acercamiento, la conformación y la propagación de las expresiones culturales e identitarias, discursos y tendencias asociadas al narcotráfico (Villaplana & León, 2022), que derivan en la llamada net-narcocultura. De esta manera, la web se constituye como la mayor plataforma de distribución de contenidos culturales, ahí es donde también se generan los productos que legitiman a la sociedad “hiperconsumista”, que hace referencia al capitalismo *gore* (Valencia, 2010), en el cual “los cuerpos se convierten en una mercancía, y su cuidado, conservación, libertad e integridad son productos relacionados” (Estévez, 2013, p. 231).

Igualmente, es a partir de contenidos virales del narcotráfico en RRSS, que incluso pueden ser publicados por personas del crimen organizado (Thoreau, 2022), que se promueve la violencia, el consumo de drogas y la percepción de las mujeres desde una perspectiva heteropatriarcal. Así, la narcocultura se expande en las cotidianidades *offline* y *online*.

“AY VIENE LA BUCHONA VESTIDA Y A LA MODA”.

FEMINIDAD BUCHONA

La canción La Buchona, de Chuy Lizárraga, reza “Ay viene la buchona vestida y a la moda; sus uñas decoradas, su boca bien pintada”. El tema es parte de las industrias culturales que construyen y reproducen formas

de feminidad; es una manera de pensar a la mujer en la narcocultura y, también, es una expresión de la identidad de género. Así, los medios de comunicación y las tecnologías difunden, a nivel glocal, códigos de cómo la masculinidad y feminidad son comprendidos como maneras de regular el género y la sexualidad (León, 2019).

La construcción del cuerpo femenino abarca dimensiones históricas, sociales, culturales, políticas y económicas. El cuerpo de las mujeres se ha transformado, pero también su uso y su representación (lo cual incluye el rol de las *selfies* y las formas de tomar y “promocionar”, así como de (re)significar el propio cuerpo y el género en RRSS), como sucede con las mujeres del narcomundo que cumplen papeles en las relaciones de poder (León, 2019; Mondaca, 2014).

La manera en cómo se construye, interpreta y difunde la imagen de la mujer en el narcotráfico es parte de la identidad de género, y estos actos “se ajustan a una identidad de género esperada o cuestionan esa expectativa de alguna manera” (Butler, 1988, p. 527); es decir, a lo que se piensa, se espera o, incluso, se idealiza de la mujer en el crimen organizado.

Para este texto, la feminidad buchona se entiende igual que como lo expresa León (2019). Buchonas son “las mujeres inmersas en la narcocultura mexicana y fungen como parejas erótico-afectivas de los hombres involucrados en el tráfico de drogas” (Villaplana & León, 2022, p. 170); quienes, con base en ideas de Marcela Lagarde, parten de subjetividades capitalísticas, ya que entran a un mercado con la renta o la venta del cuerpo, para ascender o tener éxito y beneficios en el narcomundo (León, 2019).

El término “buchona” caracteriza a las mujeres con una apariencia física, tanto facial como corporal, derivada de la cirugía estética, de ropa llamativa y accesorios de lujo. De hecho, si bien los narcos suelen elegir a las buchonas como novias, muchas no tienen vínculos directos con el narcotráfico, sino que adoptan este estilo como una moda (Pressly, 2021). El ejemplo más representativo de mujer “buchona” que no pertenece al narcomundo es el estilo de Kim Kardashian (Hernández, 2021; Infobae, 2021; Pressly, 2021).

Mientras, la feminidad buchona consiste en:

El conjunto de elementos y características físicas, simbólicas, axiológicas y mentales de las mujeres que viven o aspiran la inserción a la narcocultura mexicana, la cual tiene como norma la dicotomía sexo-genérica, inmersa en una hegemonía heterosexual, y donde prevalece la idea de que el poder recae en lo masculino. Se debe matizar que existirán jerarquías entre las mujeres con feminidad buchona (León, 2019, pp. 31-32).

Como parte de tales características físicas, se asume la modificación corporal. Hay lugares estratégicos en México, como Sinaloa (Pressly, 2021), Baja California (principalmente Tijuana) y Guadalajara (León, 2019), que participan como principales sedes de las cirugías estéticas. Sin embargo, la extensión de las estéticas buchonas a otros territorios habla de cómo las industrias culturales operan para reproducir y legitimar imaginarios de la mujer en el narcomundo.

Para León (2019), las mujeres a través de su estética y del cuerpo desafían el rol de mujer sumisa y adquieren beneficios de su capital erótico; el hecho de acatar esa feminidad buchona, convertida en moda, es una forma de sobrevivir y una estrategia de poder, dando apertura a valerse por sí mismas y tener éxito social y económico.

Desde esta perspectiva, Emma Coronel es la representación de la mujer del narcomundo en resistencia; usa su capital erótico, aparece en medios de comunicación y, por decisión propia, en las RRSS asume un papel de *influencer*, como una forma de *narcomarketing*. En el capitalismo global, las mujeres buchonas pueden conseguir éxito con la difusión de sus imágenes en RRSS; pueden ampliar su influencia, resignificar su estética y vincularse a otros ámbitos del mercado. En suma, “pueden introducirse a otros mercados como el de la moda y la industria de la belleza a partir de su explotación corporal” (León, 2019, p. 162).

En las plataformas digitales, las mujeres buchonas pueden romper con los roles de madre-cuidadora y de trofeo-objeto-premio. Las mujeres jóvenes insertas en la narcocultura pueden usar la publicidad en RRSS (Srnicek, 2018), que ayudarán como instrumento de *narcomarketing*, pues, tal como dice León (2019), colaboran en la publicidad mundial, en donde la buchonería pasa de lo local (particularmente Si-

naloa) a lo global; por ejemplo, bajo la visión de mujer-objeto y como productoras-consumidoras de un estilo de vida, con cierta identidad, valores y comportamientos.

LAS MUJERES Y EL NARCOTRÁFICO

El inicio de la participación de las mujeres en el narcotráfico se identifica con la figura de Ignacia Jasso, conocida como “La Nacha”. Junto a su esposo, Pablo González “El Pablote”, distribuía droga en la década de 1920 en el norte de México. “La Nacha” lideró el negocio de las drogas; tenía la imagen de una mujer caritativa, de una madre amorosa, de baja estatura, piel morena, robusta y peinado de chongo (Olivas, 2021). Sin embargo, también se conoció por la toma de decisiones duras y violentas, incluyendo homicidios (Santamaría, 2012).

Para 1940, aparece Manuela Caro, “la primera y más importante jefa del narco en la historia de Sinaloa” (Santamaría, 2012, p. 21). Destacó por su habilidad para los negocios y por usar aviones para el transporte de droga. Dolores Estévez Zulueta, “Lola La Chata”, fue otra mujer en la historia del narcotráfico. En los años cincuenta, era conocida como la “emperatriz del hampa en México”. Originaria de La Merced, llegó a dominar la venta de droga en la Ciudad de México (Olvera, 2022).

Aunque se sabe poco, también en la historia del narcotráfico se mencionan los nombres de María Elena Silveira (en Baja California), Consuelo Sánchez (en Mexicali) y Eloísa Higuera (Calexico, California). Ellas coordinaron y administraron el tráfico de drogas en el norte del país (Santamaría, 2012). Durante el siglo XX, las mujeres destacaron en el crimen organizado por sus habilidades para los negocios, pero también por el ejercicio constante de la violencia.

Años más tarde, se observará la participación de artistas y modelos de belleza en el narcomundo. Virginia Hill, conocida como “La reina de la Mafia”, se distinguió por su belleza y su trato con funcionarios cercanos al gobierno de Miguel Alemán. Ella negoció el tráfico de goma de opio de México a Estados Unidos. (Santamaría, 2012).

Históricamente, en el narcomundo, la mujer aparece como administradora-líder, madre-cuidadora y como trofeo-objeto-premio. En la primera, se observa cómo las mujeres adoptan características masculinas para su desempeño en el narco; mientras en las dos últimas, se aprecia

a las mujeres como propiedad de los hombres, aumentando el riesgo de violencia hacia ellas (Pressly, 2021). Estos roles muestran divisiones sociales del trabajo: la mujer-objeto-trofeo-reina de belleza como poder del patrón, como la madre-virgen que honra a sicarios (Rincón, 2013) y como jefa-administradora de violencia y de droga.

¿POR QUÉ EL CASO DE EMMA CORONEL?

Ya en el siglo XXI, en el contexto de la cultura digital, es posible identificar el caso de dos mujeres con posiciones importantes en el narcotráfico, y con diferentes niveles de “jerarquía en la feminidad buchona” (León, 2019, p. 141). Primero se tiene a Claudia Ochoa, “La Emperatriz Ántrax”, quien posee la insignia de “la buchona emprendedora” (León, 2019, p. 143), debido a su capital erótico que la ayudó a ascender tanto socialmente como dentro del cártel. Fue una de las primeras buchonas que decidieron usar RRSS para la autorrepresentación. Su fama surgió de la difusión de fotografías con armas de fuego, carros y residencias. En 2019, la encontraron muerta en su domicilio (Infobae, 2021).

Emma Coronel, cónyuge de “El Chapo”, es la mujer buchona más poderosa “a partir de su jerarquía como la esposa de narco de alto rango” (León, 2019, p. 141); así, pertenece a la burguesía narco, al nivel más alto de aspiración y poder (León, 2019). ¿Qué implica pertenecer a la jerarquía de las buchonas? Primero, una identidad femenina. Con el caso de Emma, se reconoce que la presencia, el cuerpo y la apariencia física son herramientas para expresar el éxito en el narcomundo.

“THE FIRST LADY OF SINALOA”.

EMMA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En 2021, en Estados Unidos, Emma Coronel Aispuro fue condenada a tres años de cárcel, acusada de narcotráfico y lavado de dinero. Aunque la sentencia representó la caída de la “Kardashian de Sinaloa”, podría quedar libre en septiembre de 2023 (Bedoya, 2022)⁴. Para algunas per-

⁴ El 13 de septiembre de 2023, Emma Coronel fue declarada en libertad en Estados Unidos, tras cumplir dos años y medio de prisión de los tres a los

sonas, como explica Hernández (2021), Emma Coronel es símbolo y ejemplo de nacer desde abajo y llegar a la cima del éxito. Nació en Estados Unidos, pero vivió en un poblado cerca de Canelas, Durango, ubicado en el “Triángulo Dorado”, ideal para el crimen organizado y el sembradío de droga.

Entre 2006 y 2007, nace la historia de amor de Emma y “El Chapo”. Como relata Hernández (2021), ambos se habrían conocido en un baile, en Durango. Sin embargo, el vínculo entre los dos se habría hecho evidente cuando ella participó en un concurso regional de belleza y ganó. La coronación de Emma, como soberana de la belleza, y su carrera posterior en el modelaje no habría sorprendido a nadie. La boda de la pareja ocurrió en 2007 y, desde entonces, comenzó a gestarse el fenómeno cultural y mediático Emma Coronel. La reina e *influencer* del narcotráfico, la Kim Kardashian de México, ícono pop de la narcocultura (como se le denominó a Pablo Escobar [Rincón & Andrade, 2022]), la fiel esposa de El Chapo (Sánchez, 2021), entre otros, son algunos de los sobrenombres con los que se le conoce.

Emma Coronel, como dirían Rincón y Andrade (2022) con el caso de Pablo Escobar, se convirtió en un ícono pop, una reina, una celebridad, una imagen de admiración, un referente social y de aspiración. Ha sido construida mediática, social y culturalmente a partir de la polémica en su relación de pareja con “El Chapo” (Hernández, 2021); para muestra, en Wikipedia (2023) aparece como: “Emma Coronel Aispuro es una modelo mexicana conocida por su relación sentimental con Joaquín “El Chapo” Guzmán”.⁵ Asimismo, la imagen de ícono de la narcocultura se ha consolidado, legitimado y reproducido en las industrias culturales, como la música, las series, las telenovelas y las entrevistas en noticieros, etc.; y, también, a partir de las personas usuarias en RRSS.

Algo característico de Emma Coronel es que decidió hacerse pública en RRSS bajo sus criterios y a pesar de conflictos con el Cártel de Sinaloa (Hernández, 2021). Además, a partir del encarcelamiento de Joaquín Guzmán (en 2016) apareció en cadenas como Telemundo

que fue condenada en 2021, de acuerdo con el Buró Federal de Prisiones (BBC, 2023b).

⁵ Consultado el 6 de enero de 2023.

o VH1 con *reality shows* y entrevistas (Hernández, 2021; León, 2019), y ya se prepara una serie que tendrá por nombre “Sinaloa’s First Lady”, de la empresa Paramount+ en Latinoamérica (Redacción *El Financiero*, 2022);⁶ todo esto teniendo un lugar en el *narcomarketing* (León, 2019).

A partir de estos acontecimientos, se cuestiona la fuente de los recursos económicos con los que se producen, distribuyen y difunden contenidos culturales sobre el narcotráfico; teniendo en ocasiones la participación del propio narcotraficante en la filmación o promoción (Mercader, 2012). Por ejemplo; como menciona Rincón (2013), Edgar Valdez “La Barbie”, uno de los criminales más importantes en México, llegó a expresar que “había gastado \$200 000 dólares haciendo una película sobre su vida” (p. 17). Por tanto, el narcotráfico no sólo ha tejido relaciones con esferas sociales y políticas, sino también económicas de las industrias culturales que, en suma, han significado al narcomundo y a las mujeres insertas en este.

METODOLOGÍA: EL ESTUDIO DE LA FEMINIDAD EN REDES SOCIO-DIGITALES

La investigación tiene un enfoque cualitativo y emplea la netnografía (Kozinets, 2015) como un método para el estudio de las comunidades virtuales⁷, reconociendo al contexto digital como el espacio de mayor difusión de la narcocultura mexicana (Villaplana & León, 2022).

Del 18 de diciembre de 2022 a enero de 2023 y del 3 al 16 de abril de 2023,⁸ se utilizó la observación no participante (Guber, 2011) como

⁶ La última información emitida sobre la serie “Sinaloa’s First Lady” detalla que la historia relatará la trayectoria de vida del narcotraficante Joaquín Guzmán Loera bajo la perspectiva principal de su esposa, Emma Coronel. Sin embargo, aún no hay fecha definida para su lanzamiento (Ruiz, 2022).

⁷ Esta investigación ve en el uso de hashtags la estrategia para articular comunidades virtuales en las redes sociodigitales.

⁸ Es preciso indicar que no hubo una razón en particular por la que se decidieron las fechas para la elaboración de la metodología. No obstante, la primera etapa partió de un ejercicio exploratorio en ambas redes sociodigitales; mientras que en la segunda se decidió esperar para identificar un posible mayor *fandom* entre la comunidad.

técnica para indagar en la cuenta oficial de Instagram de Emma Coronel y los contenidos más populares sobre ella en TikTok. Cuando se habla de la observación no participante es para indicar el carácter de observadoras externas, sin algún tipo de incidencia o colaboración en la comunidad (Guber, 2011).

ESQUEMA 1
ESTRATEGIA METODOLÓGICA



Fuente: Elaboración propia.

Para estudiar la feminidad buchona en las RRSS se recurrió tanto al análisis del discurso como al visual. El primero se entiende como una forma para analizar “el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos, y ocasionalmente combatidos, por los textos y el habla en el contexto social y político”

(Van-Dijk, 1999, p. 23). Mientras, el segundo reconoce a las imágenes como construcciones sociales; se trata del análisis de los discursos icónicos (Corona, 2012). En suma, aquí se propone un modelo metodológico para el abordaje de la feminidad en RRSS.

EL TRABAJO DE CAMPO. APROXIMACIÓN A LOS DISCURSOS ICÓNICOS DE LA FEMINIDAD BUCHONA EN REDES SOCIODIGITALES

Para el trabajo de campo, se decidió emplear Instagram, pues en esta plataforma Emma Coronel tiene su cuenta oficial, y TikTok, debido a que es la principal red social en ascenso entre la comunidad de personas usuarias (García, 2023). Instagram fue útil para acercarse a los discursos sobre la feminidad buchona constituidos por la misma Emma Coronel. Mientras que TikTok fue útil para observar al *fandom*, entendido como grupos de personas, insertos en la cultura participativa que consumen, que crean formas de consumo, reescriben las historias y abonan al valor económico. Además, se entiende a la fan en términos de Jenkins (2008), es decir, se buscó observar a las usuarias que participan activamente en la generación de contenido relacionado con la estética de la esposa de “El Chapo”.

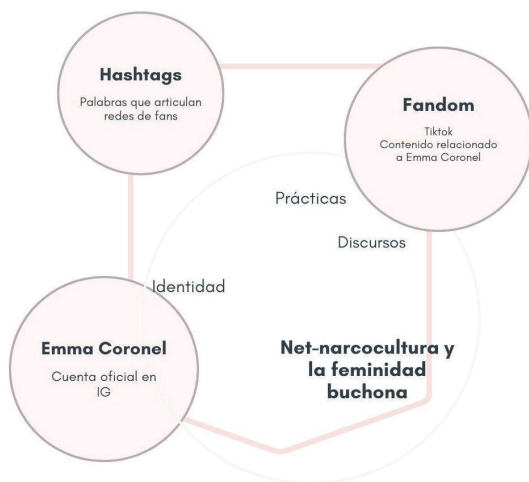
Para hablar de la identidad, las significaciones y los discursos en torno a Emma Coronel, la netnografía abarcó la observación de las RRSS, desde dos elementos: la cuenta oficial y las publicaciones populares, articuladas con el uso de hashtags. De la observación participante se derivaron elementos para el análisis de los discursos icónicos: el plano, los colores predominantes, las reacciones y el *copy*.

LA FEMINIDAD BUCHONA EN LA CUENTA DE INSTAGRAM DE EMMA CORONEL

En Instagram, @therealemmacoronel es la cuenta oficial de Emma Coronel.⁹ Se trata de un perfil empresarial con cinco publicaciones y

⁹ Se dice que Emma Coronel abrió otra cuenta de Instagram; no obstante, aún no se comprueba en su totalidad (Barrios, 2023). Al 9 de octubre de 2023, el perfil mantiene más de 18 mil seguidores y 2 publicaciones.

ESQUEMA 2
ESTRATEGIA DE OBSERVACIÓN PARTICIPANTE



Fuente: Elaboración propia.

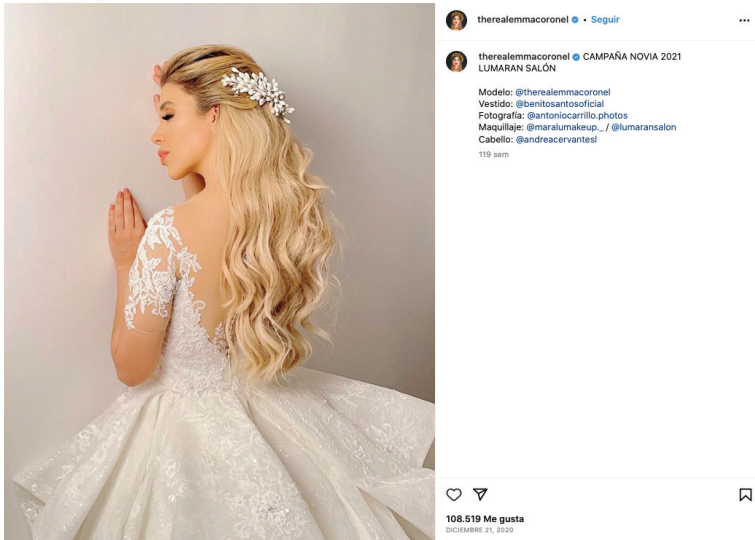
788 mil seguidores.¹⁰ En la descripción, se indica: “no contesto mensajes directos”. Es decir, se trata de una comunicación unidireccional.

La primera publicación es una fotografía de Emma Coronel vestida de novia. En la imagen (en plano medio) predominan las tonalidades claras, tanto el fondo, como su piel, cabello y vestido en una representación de la mujer que está por contraer nupcias. La fotografía acumula 108 519 *likes*. La imagen está acompañada por el *copy* “Campaña Novia 2021 Lumen Salón” y con etiquetas a quienes participaron tanto en el vestido, maquillaje, como estilismo. Entre las personalidades referidas destaca el diseñador mexicano, Benito Santos. Dicha referencia hace notar la relación de Emma Coronel con el mundo de la moda en el país.

La segunda publicación data del 2 de julio de 2020, fecha en la que ella cumplía 31 años. Emma Coronel usa el *copy* “Happy birthday to me” para compartir una fotografía de sí misma. Es una imagen

¹⁰ Consultado el 9 de octubre de 2023.

IMAGEN 1
EMMA CORONEL, NOVIA



Fuente: Emma Coronel Aispuro (@therealemmacoronel), 2020e.

con colores predominantemente oscuros, significando poder; ella porta una corona dorada, usa el cabello lacio y del maquillaje destacan los labios voluptuosos en tonalidad roja. En un plano medio está Emma Coronel, de pie, con manos a la cintura y mira a la cámara, constituyendo una postura de poder, seguridad y desafío. De las cinco publicaciones en el *feed*, esta concentra el mayor número de *likes*: 144 322.

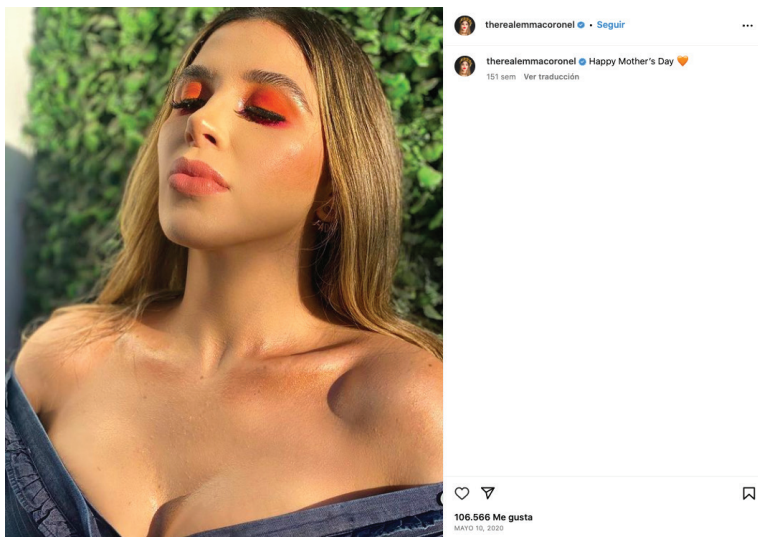
“Happy Mother’s Day” es el título de la tercera publicación. La esposa de “El Chapo” celebra el Día de Las Madres. En la fotografía, tomada a primer plano, aparece el rostro de Emma Coronel. A diferencia de las dos imágenes anteriores, en esta, hay una mayor exposición del cuerpo. Aparecen colores cálidos en la composición. Se aprecia a Emma Coronel con el cabello lacio y los ojos cerrados; del rostro sobresalen la forma y el tamaño de sus labios. Igualmente, el maquillaje destaca zonas del rostro y del cuerpo como la nariz, los pómulos, la clavícula y el pecho. La imagen constituye un entendimiento del ser

IMAGEN 2
EMMA CORONEL, RETRATO



Fuente: Emma Coronel Aispuro (@therealemmacoronel), 2020d.

IMAGEN 3
EMMA CORONEL, MADRE



Fuente: Emma Coronel Aispuro (@therealemmacoronel), 2020c.

madre. Ser mamá es igual a una estética, a una forma del rostro y del cuerpo.

“Happy valentine’s day” es el título de la cuarta fotografía en su perfil de Instagram; tomada en primer plano, predominan las tonalidades de blanco, beige y azul; muestra el pecho y la clavícula; mientras el maquillaje resalta pómulos, nariz y mandíbula, configurando una forma del rostro. Dicha publicación habla de una comprensión del Día de los Enamorados asociado a una estética y forma del cuerpo particulares. Rompe con imágenes tradicionales del 14 de febrero (flores, corazones o Cupido); en ese caso, la expresión del amor es la misma Emma Coronel; la publicación suma 110 859 likes. Es la segunda fotografía con más reacciones positivas, lo cual habla de la legitimación, tanto del mensaje como de sus significados, entre el fandom.

IMAGEN 4

EMMA CORONEL, SAN VALENTÍN

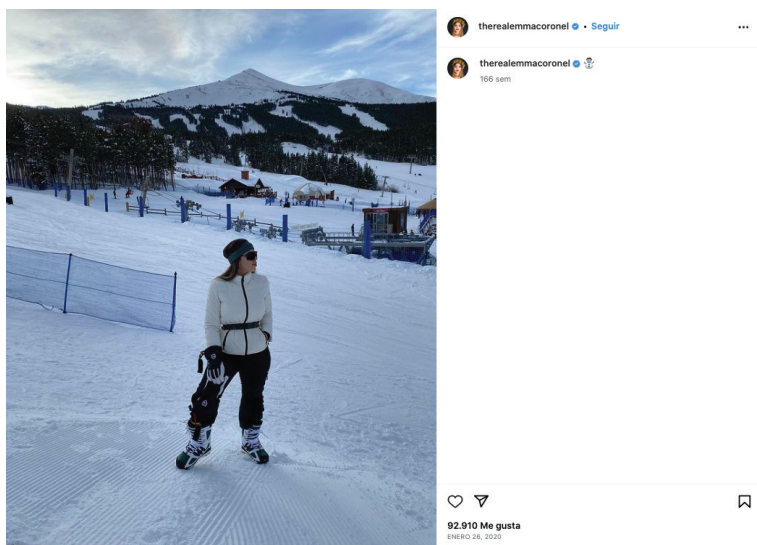


Fuente: Emma Coronel Aispuro (@therealemmacoronel), 2020b.

En la publicación más antigua de su *feed*, Emma Coronel usa el *emoji* de un muñeco de nieve para difundir un paisaje invernal. A diferencia del resto, en esta imagen el protagonista es el fondo; se trata de un parque de esquí con cabañas y montañas. Emma Coronel aparece de cuerpo completo; no se aprecian detalles del rostro, pero sí elementos que comunican estatus social como la práctica de un deporte de la clase alta y la indumentaria necesaria (traje, botas y lentes) para esquiar. La fotografía, caracterizada por las tonalidades grises y blancas, suma 92 910 likes.

IMAGEN 5

EMMA CORONEL, LUJOS



Fuente: Emma Coronel Aispuro (@therealemmacoronel), 2020a.

En el perfil oficial de Emma Coronel se articulan significados y representaciones sobre el ser esposa (novia), enamorada, madre y mujer, desde la mirada de quien, en un ejercicio de curaduría, decide qué mostrar y cuál encuadre en sus RRSS, a partir de representaciones asociadas al lujo, pero principalmente, a una estética con figurada por el cuerpo y

el rostro. En suma, una representación de la feminidad buchona, caracterizada por su capital erótico, su poder, su éxito como mujer y madre, y su rechazo a la sumisión. Como señala León (2019), se aprecia el valor del cuerpo, vuelto capital, en el que su performatividad es de poder. En las RRSS se aprecia la espectacularización y mercantilización de la vida cotidiana de la narcocultura, volviéndose un referente para muchas mujeres.

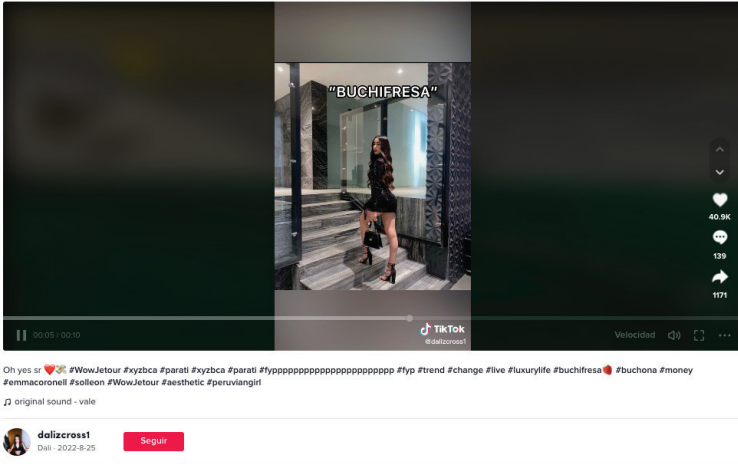
EMMA CORONEL, EL FANDOM Y LA FEMINIDAD BUCHONA EN TIKTOK

Para hablar de la reproducción y la resignificación de la feminidad buchona, inspirada en Emma Coronel, se observó TikTok. Usando los hashtags #EmmaCoronel y #Buchona, se seleccionaron publicaciones destacadas. Para el análisis de los discursos icónicos se contempló el número de reproducciones, el *copy*, la música y las imágenes. La remediación de los contenidos en RRSS sobre Emma Coronel permite visibilizar las expresiones culturales. Las formas de interpretación y significación parten de la objetificación y de la performatividad del género femenino en la net-narcocultura y las lógicas capitalistas modernas (Mondaca, 2014).

En TikTok, el fandom de Emma Coronel comparte estilos de vida, maquillajes, vestuarios, mensajes de admiración y respeto; también emplean imágenes, videos y música que se comparte con el uso de hashtags que articulan comunidades de fans. “Les mentí, no quiero ser aesthetic, quiero ser... buchifresa”, con este mensaje inicia un video, en el que aparecen vehículos, ropa de lujo, joyas y armas. De fondo, se reproduce la canción “Me gusta mi vida” de Manuel Rodríguez que dice “Si mucho Prada me miran comprando, gastando dinero es porque coronamos”.

El contenido producido por el fandom se articula a las tendencias. “Mi red flag es querer ser como ellas” es el texto con el que inicia un video que incluye imágenes de Emma Coronel, de Claudia Ochoa Félix y la canción “No tengas miedo” de Los Buitres de Culiacán Sinaloa en la que se escucha “Ya no te asustes cuando llegue en un convoy. O que una escuadra con diamantes salga de mi pantalón. No soy tan malo, también tengo corazón. Aunque el gobierno me persiga sin control”.

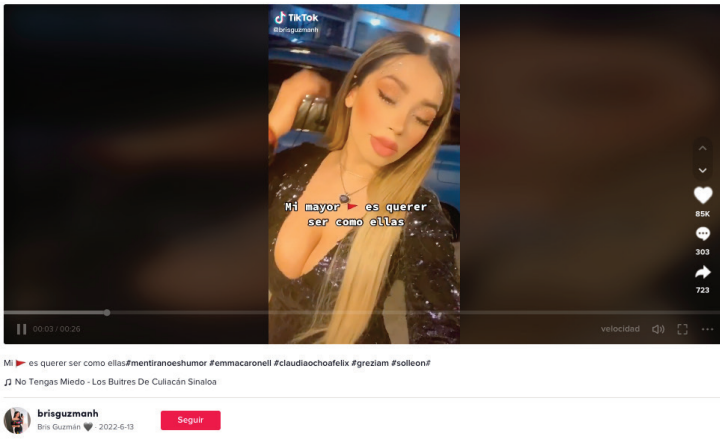
IMAGEN 6
LA BUCHIFRESA



139 comentarios

Fuente: Dali (@dalizcross1), 2022.

IMAGEN 7
LAS RED FLAGS



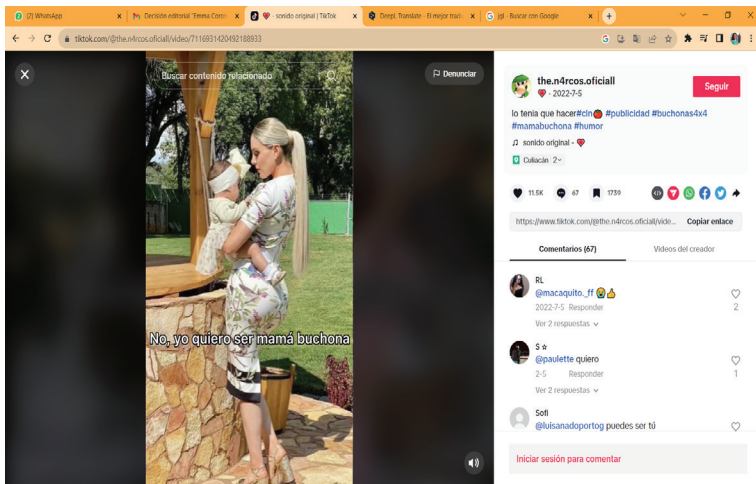
303 comentarios

Fuente: B Guzmán (@bguzman45), 2022.

Así, tanto el texto, las imágenes y la música reproducen la net-narcocultura.

El fandom también muestra las aspiraciones en torno a ser madre. “-¿Quieres ser mamá? – No, yo quiero ser mamá buchona” es el texto de otro video el cual brinda reconocimiento a la maternidad desde la feminidad buchona, constituida y representada a partir de una estética; un cierto cuerpo moldeado bajo una vestimenta demostrando lujos. El material, musicalizado en un inicio con la canción “I wanna love you” de Akon y Snoop Dog y posteriormente con “JGL” de La Adictiva y Luis R. Conriquez, obtuvo respuestas como “Quiero”, “Seré la mamá buchona”, “Sí quiero ser así”, “Ya me vi” y “Metas”.

IMAGEN 8 MADRE BUCHONA



Fuente: Itzel (@the.n4rcos.official), 2022.

Otra categoría es el maquillaje. Con el objetivo de replicar los rasgos de Emma Coronel (ojos, labios, nariz, frente y mentón), usuarias emplean sombras, rubores, pestañas postizas e iluminadores. En uno de los videos analizados, la internauta muestra la aplicación del maquillaje

para que los rasgos adquieran volumen y estética, mientras se escucha el siguiente fragmento de la canción “El 701” de Los Alegres del Barranco: “Que andan ofreciendo 10 milloncitos. Por mi cabeza y la de mi compadre, en los Estados Unidos se sabe”.

IMAGEN 9
MAQUILLAJE



Maquillaje inspirado en Emma Coronel ✨ #makeup #emmacoronel
🎵 El 701 - Los Alegres del Barranco



marianaarrayales
MarianaArrayales · 1:26

Seguir

125 comentarios

Fuente: Mariana Arrayales (@marianaarrayales), 2023.

Las publicaciones en TikTok, elaboradas por fans, hablan de estilos de vida, aspiraciones, estéticas y prácticas cotidianas. La representación cultural del narcotráfico se asocia con formas simbólicas que ayudan a otorgarle un significado a lo que ocurre en el entorno (Geertz, 2003). El trabajo de campo confirma que la narcocultura es tendencia; es un fenómeno que pasa de lo local a lo global, popularizado en lugares donde el crimen organizado no es parte de la cotidianidad (León, 2019; Villaplana & León, 2022).

Los hallazgos indican que las prácticas y discursos en el contexto de la Web 2.0 permiten la construcción de elementos simbólicos del nar-

comundo y la narcocultura (Karam, 2018; León, 2019). Por ejemplo, el fandom otorga un significado, una representación y una identidad a Emma Coronel, pero también se aprecia la auto-representación a partir de la significación como la esposa de “El Chapo”.

Tanto en Instagram como en TikTok, las publicaciones representan el cuerpo y el estilo de vida (prácticas cotidianas) de Emma Coronel. Por otra parte, se encuentra la reproducción de las lógicas de la feminidad buchona gracias a las RRSS, participando desde la noción de plataformas publicitarias (Srnicek, 2018), al, por ejemplo, recrear la moda, los *outfits* o el maquillaje. El hecho de que Emma Coronel tenga presencia en el entorno digital habla de las formas en las que negocia con el rol de las mujeres en el narcomundo y con las lógicas de control en el narcotráfico. Esto relacionado con la idea de “la mujer cabrona” (Herrera, 2019), que rompe el comportamiento y la sumisión en la narcocultura (machista). También se perciben formas de colaboración entre mujeres para lograr capital erótico, asociado a la feminidad buchona (León, 2019). Ser mujer y estar envuelta en la narcocultura, implica jugar con la construcción de la identidad femenina; en donde no solamente participa lo personal, sino el entorno social, cultural y económico.

Los videos suelen tener de música de fondo narcocorridos o narcorap, propios del “Movimiento alterado”,¹¹ relacionado con la feminidad buchona y las lógicas de la narcocultura, pues es a través de la música que se narran los comportamientos y formas de ser y hacer en este contexto (Alzati, 2019). Aunque en el trabajo de campo se encontró una falacia: en RRSS se exhibe el cuerpo buchón sin las violencias de la narcocultura *offline*.

Por otra parte, se evidencia la falta de regulación en las industrias tecnológicas, culturales y mediáticas, pues al hablar sobre Emma Coronel se implica al narcotráfico. Para Thoreau (2022): “las economías de la atención se escudan en la producción de contenidos de moda y no to-

¹¹ El “Movimiento alterado” o “Movimiento enfermo” es una nueva corriente musical y la evolución del corrido tradicional. Se caracteriza por la violencia explícita de sus letras. Se interpreta en primera persona, lo que brinda realismo a las canciones. Debido a su formato, hace apología a la violencia (Fuentes, 2021).

man responsabilidad social por las consecuencias que la glamorización de la violencia puede traer socialmente a nivel g-local” (p.45).

CONCLUSIONES

Este trabajo tuvo el propósito de abordar los discursos de la feminidad buchona en RRSS (articulados con la auto-representación de Emma Coronel, del género y de la narcocultura), los cuales presentan a la mujer-madre-cuidadora que no debe olvidar los atributos “de la mujer ama de casa”, la mujer como trofeo-premio, pero también como una mujer que emplea el capital erótico para confrontar a la lógica heteropatriarcal del narcomundo; conclusiones que coinciden con León (2019) y que, a su vez, abren reflexiones sobre lo que llamaremos aquí un falso empoderamiento.

La presencia mediática-digital de la esposa del narcotraficante habla, en apariencia, del cuerpo femenino como herramienta de poder, de distinción, de éxito social y económico **para sí misma y para la narcocultura**. Por otra parte, se abren preguntas para cuestionar el propósito de la feminidad buchona y cómo el cuerpo, convertido en capital erótico, puede reproducir lógicas de subordinación frente a un sistema económico patriarcal. En este sentido, se propone cuestionar a la feminidad buchona articulada a lógicas heteronormativas.

Recuperando la historia de la mujer en el narcotráfico, puede observarse cómo algunas lideresas han tenido que adoptar características propias de la masculinidad (como el ejercicio de la violencia) para administrar y coordinar el tráfico de drogas. En este mismo sentido, en el contexto de la cultura digital, la feminidad buchona y el capital erótico reproducen formas de violencia articulada al sistema patriarcal. El cuerpo de Emma está inserto en la lógica capitalista, que mercantiliza el cuerpo y la imagen. Para las mujeres, al volverse objetos de deseo, el cuerpo mismo se pone en riesgo, pues el cuerpo joven, voluminoso y estético también tiene fecha de caducidad.

Por último, esta investigación propicia abordajes para otras formas de representación de la feminidad, desde la performatividad y la auto-mercantilización, asociada a capitales económicos y sociales. Queda pendiente la tarea de promover alfabetizaciones críticas en las audien-

cias para cuestionar el consumo de industrias culturales que reproducen y legitiman estéticas, a partir de las cuales se corre el riesgo de legitimar violencias simbólicas y cotidianas para las mujeres.

Referencias bibliográficas

- Alzati, G. (2019). Narcocultura, medios y producción cultural. *Telos*, 110, 22-25. <https://telos.fundaciontelefonica.com/wp-content/uploads/2019/04/telos-110-asuntos-de-comunicacion-luis-gabino-alzati.pdf>
- Barrios, C. (2023, 9 de octubre). *Emma Coronel abre nueva cuenta de Instagram*. <https://www.debate.com.mx/show/Emma-Coronel-abre-nueva-cuenta-de-Instagram-20231009-0091.html>
- B Guzmán (@bguzman45). (2022, 13 de junio). *Mi □ es querer ser como ellas #mentiranoeshumor #emmacoronell #claudiachoafelix #greziam #solleon #* [TikTok]. <https://www.tiktok.com/@bguzman45/video/7108918041898978565>
- BBC. (2023a, 21 de febrero). García Luna: Declaran culpable de narcotráfico al exjefe de la lucha contra las drogas en México. *BBC News*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-64725004>
- BBC. (2023b, 13 de septiembre). Emma Coronel, la esposa de “El Chapo” Guzmán, queda en libertad en EE.UU. tras pasar 2 años y medio en prisión por narcotráfico y lavado de dinero. *BBC News*, <https://www.bbc.com/mundo/articles/c5147jgg6zyo>
- Becerra, A. T. (2018). Investigación documental sobre la narcocultura como objeto de estudio en México. *Culturales*, 6, 1-36. <https://doi.org/10.22234/recu.20180601.e349>
- Bedoya, A. (2022, 10 de febrero). ¡No pasará mucho tiempo en la cárcel! Ya hay fecha tentativa para que Emma Coronel salga libre. *Línea Directa*. https://lineadirectaportal.com/mexico/no-pasara-mucho-tiempo-en-la-carcel-ya-hay-fecha-tentativa-para-que-emma-coronel-salga-libre-2022-02-10_451617
- Butler, J. (1988). Performative acts and gender constitution: An essay in phenomenology and feminist theory. *Theatre Journal*, 40(4), 519-531. <https://doi.org/10.2307/3207893>
- Carrillo, F. (2020). *Mujer y Narcotráfico: Necroempoderamiento femenino en «Nombre de perro» de Élmer Mendoza y «Lady*

- Metralla» de Juan José Rodríguez* [Tesis de Licenciatura, Universidad de Colima]. https://www.academia.edu/43674078/Mujer_y_narcotr%C3%A1fico_necroempoderamiento_femenino_en_Nombre_de_perro_de_%C3%89lmer_Mendoza_y_Lady_Metralla_de_Juan_Jos%C3%A9_Rodr%C3%ADguez
- Corona, S. (2012). *Pura imagen*. Conaculta.
- Correa, D. (2022). La narcocultura como objeto de estudio. *Escritos*, 30(65), 183-212. <https://doi.org/10.18566/escr.v30n65.a02>
- Dali (@dalizcross1). (2022, 25 de agosto). *Oh yes sr* □ □ #WowJetour #xyzbca #parati #xyzbca #parati #fypppppppppppppppppppppppppppppp #fyp #trend #change #live #luxurylife #buchifresa □ #buchona #money #emmacoronell #solleon #WowJetour #aesthetic #peruviangirl [TikTok]. <https://www.tiktok.com/@dalizcross1/video/7136027981738151173>
- Emma Coronel Aispuro (@therealemmacoronel). (2020a, 16 de enero). □ [Instagram]. <https://www.instagram.com/p/B7zSfYfBZ0G/>
- Emma Coronel Aispuro (@therealemmacoronel). (2020b, 14 de febrero). *Happy valentine 's day* □ [Instagram]. <https://www.instagram.com/p/B8kR7TOhQmG/>
- Emma Coronel Aispuro (@therealemmacoronel). (2020c, 10 de mayo). *Happy Mother's Day* □ [Instagram]. <https://www.instagram.com/p/CABW17KB6NY/>
- Emma Coronel Aispuro (@therealemmacoronel). (2020d, 2 de julio). *Happy birthday to me* □ [Instagram]. <https://www.instagram.com/p/CCJx4Tvh596/>
- Emma Coronel Aispuro (@therealemmacoronel). (2020e, 21 de diciembre). *CAMPAÑA NOVIA 2021 LUMARAN SALÓN* [Instagram]. <https://www.instagram.com/p/CJFKXe4BwkV/>
- Estévez, A. (2013). Capitalismo gore, Sayak Valencia. *Frontera norte*, 25(50). <https://doi.org/10.17428/rfn.v25i50.789>
- Fuentes, A. (2021). *La Normalización de la Violencia a través del Género Musical Movimiento Alterado* [Tesis de Licenciatura, Universidad Autónoma del Estado de México]. <http://hdl.handle.net/20.500.11799/111187>
- García, A. (2023, 13 de junio). Las redes sociales ganan terreno en el consumo de noticias y TikTok sigue su ascenso entre los jóvenes.

- El País*. <https://elpais.com/comunicacion/2023-06-14/las-redes-sociales-ganan-terreno-en-el-consumo-de-noticias-y-tiktok-sigue-su-ascenso-entre-los-jovenes.html>
- Geertz, C. (2003). *La interpretación de las culturas*. Gedisa.
- Guber, R. (2011). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Siglo XXI Editores.
- Hernández, A. (2021). *Emma y las otras señoras del Narco*. Grijalbo.
- Hernández, J. & Pech, C. (2020). La violencia de género en la narcotelenovela. *Revista Iberoamericana de Comunicación*, 38. <https://ric.iberomx/index.php/ric/article/view/64/52>
- Herrera, K. (2019). *La cabrona aquí soy yo. Cuerpos y subjetividades femeninas en la narcocultura de la frontera norte de México*. PoWeR.
- Infobae. (2021, 12 de marzo). La misteriosa muerte de la “Emperatriz de Los Ántrax”, la mujer que sedujo al narco. *Infobae*. <https://www.infobae.com/america/mexico/2021/03/12/la-misteriosa-muerte-de-la-emperatriz-de-los-antrax-la-mujer-que-sedujo-al-narco/>
- Itzel [@the.n4rcos.official]. (2022, 5 de julio). lo tenia que hacer#cln #publicidad #buchonas4x4 #mamabuchona #humor [TikTok]. @the.n4rcos.official. https://www.tiktok.com/@the.n4rcos.official/video/7116931420492188933?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7280700568803264006
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture*. Paidós.
- Karam, T. (2018). Tensiones culturales y Mediaciones Sociales en los discursos audiovisuales sobre el narcotráfico. *Mediaciones Sociales*, 17, 193-208. <https://doi.org/10.5209/MESO.59792>
- Kozinets, R. (2015). *Netnography: Redefined*. SAGE.
- León, A. (2019). *La Feminidad Buchona: Performatividad, corporalidad y relaciones de poder en la narcocultura mexicana* [Tesis Doctoral, El Colegio de la Frontera Norte]. <https://www.colef.mx/posgrado/wp-content/uploads/2019/08/TESIS-Le%C3%B3n-Olvera-Alejandra-DESC.pdf>
- MarianaArrayales (@marianaarrayales). (2023, 26 de enero). *Maquillaje inspirado en Emma Coronel* #makeup #emmacoronell [TikTok]. <https://www.tiktok.com/@marianaarrayales/video/7193137710511525126>

- Mercader, Y. (2012). Imágenes femeninas en el cine mexicano de narcotráfico. *TRAMAS. Subjetividad Y Procesos Sociales*, 36, 209-237. <https://tramas.xoc.uam.mx/index.php/tramas/article/view/608>
- Mondaca, A. (2004). *Las mujeres también pueden. Género y narcocorrído*. Universidad del Occidente.
- Mondaca, A. (2014). Narrativa de la narcocultura. Estética y Consumo. *Ciencia desde el Occidente*, 1(2). <https://biblat.unam.mx/hevila/CienciadesdeelOccidente/2014/vol1/no2/4.pdf>
- Mondaca, A., Cuamea, G. & Payares, R. del C. (2015). Mujer, cuerpo y consumo en microproducciones de narcocorrídos. *ComHumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 6(1), 170-188.
- Olivas, J. de D. (2021, 16 de junio). La Nacha, la mujer que lideró el narco en Juárez. *ADN. A diario México*. <https://www.adiario.mx/plumas/la-nacha-la-mujer-que-lidero-el-narco-en-juarez/>
- Olvera, N. (2022). Lola “la Chata”. La primera gran traficante de narcóticos en la Ciudad de México. *Chacruna Latinoamérica*. <https://chacruna-la.org/lola-la-chat/>
- Pressly, L. (2021, 19 de agosto). México: Cómo la narcoestética está cambiando el cuerpo de las mujeres de Sinaloa. *BBC News*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-57942206>
- Redacción El Financiero. (2022, 23 de junio). ‘First Lady of Sinaloa’: La nueva serie sobre Emma Coronel y ‘El Chapo’ Guzmán. *El Financiero*. <https://www.elfinanciero.com.mx/entretenimiento/2022/06/23/first-lady-of-sinaloa-la-nueva-serie-sobre-emma-coronel-y-el-chapo-guzman/>
- 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. <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/download/69414/71991/91883>
- Rincón, O. & Andrade, X. (2022). Pablo. El Pop Star. En V. Villaplana & A. León (Eds.), *#NetNarcocultura. Estudios de Género y Juventud en la sociedad red. Historia, discursos culturales y tendencias de consumo* (pp. 111-126). InCom-UAB Publicacions, Bellaterra, Universitat Autònoma de Barcelona.
- Ruiz, E. (2022, 30 de noviembre). Emma Coronel tendrá su serie: Sinaloa’s First Lady. *SDP Noticias*, <https://www.sdpnoticias.com/espectaculos/cine/emma-coronel-tendra-su-serie-sinaloas-first-lady/>

- Sánchez, P. (2021, 23 de febrero). Emma Coronel: Reina de la belleza, influencer y esposa fiel del narco más sanguinario del mundo. *El mundo*. <https://www.elmundo.es/internacional/2021/02/23/603543a0fdddf09a88b4646.html>
- Santamaría, A. (2012). *Las jefas del narco. El ascenso de las mujeres en el crimen organizado*. Grijalbo.
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Caja negra.
- Thoreau, H. (2022). Necroscopías, narcografías y masculinidad en-driaga en las redes digitales. En V. Villaplana & A. León (Eds.), *#NetNarcocultura. Estudios de Género y Juventud en la sociedad red. Historia, discursos culturales y tendencias de consumo* (pp. 42-60). InCom-UAB Publicacions, Bellaterra, Universitat Autònoma de Barcelona.
- Valencia, S. (2010). *Capitalismo gore*. Melusina.
- Van-Dijk, T. (1999). El análisis crítico del discurso. *Revista Anthropos*, 186, 23-36. <http://www.discursos.org/oldarticles/El%20an%20El%20cr%20EDtico%20del%20discurso.pdf>
- Vásquez, A. (2017). *Narcocultura de norte a sur. Una mirada cultural al fenómeno del narco*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Villaplana, V. & León, A. (2022). *#NetNarcocultura. Estudios de Género y Juventud en la sociedad red. Historia, discursos culturales y tendencias de consumo*. InCom-UAB Publicacions, Bellaterra, Universitat Autònoma de Barcelona.
- Wainwright, T. (2018). *Narconomics: Cómo administrar un cartel de la droga*. Debate.
- Wikipedia. (2023, 6 de febrero). *Emma Coronel Aispuro*. Wikipedia. La enciclopedia libre. https://es.wikipedia.org/wiki/Emma_Coronel_Aispuro

SEMBLANZAS

Ana Sofía Apodaca Cabrera, Universidad Autónoma de Querétaro

Estudiante de la Maestría en Comunicación y Cultura Digital (Universidad Autónoma de Querétaro) y de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (Universidad Autónoma de Baja California). Sus intereses de investigación son la cultura digital con enfoque de género, la violencia estética y el feminismo digital. Actualmente estudia las significaciones de la IC en las RRSS y las mujeres con TCA.

Betsabee Fortanell Trejo, Universidad Autónoma de Querétaro

Doctora en Estudios Socioculturales (Universidad Autónoma de Aguascalientes). Coordina la Maestría en Comunicación y Cultura Digital de la Universidad Autónoma de Querétaro. Sus líneas de investigación son mujeres y cultura digital, estudios culturales en la era de la convergencia y medios de comunicación digitales.