

Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 16, año 2023. URL: espejodemonografias.comunicacionsocial.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-17600-65-5

Investigación en comunicación y feminismo.
Debates en torno a la producción, usos y trayectorias
en el siglo XXI (2023)

Inmaculada Postigo Gómez; Teresa Vela Balanza (editoras)

Separata

Capítulo 6

Título del Capítulo

«Resistencia algorítmica y discursos contra la violencia feminicida en las redes sociales. Estudios de género, narrativas digitales y visualidades analíticas»

Autoría

Virginia Villaplana Ruiz;
Alejandra León Olvera

Cómo citar este Capítulo

Villaplana Ruiz, V.; León Olvera, A. (2023): «Resistencia algorítmica y discursos contra la violencia feminicida en las redes sociales. Estudios de género, narrativas digitales y visualidades analíticas». En Postigo Gómez, I.; Vera Balanza, T. (eds.), *Investigación en comunicación y feminismo. Debates en torno a la producción, usos y trayectorias en el siglo XXI*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-17600-65-5

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/c6.emcs.16.cyg1>



El libro *Investigación en comunicación y feminismo. Debates en torno a la producción, usos y trayectorias en el siglo XXI* está integrado en la colección «Comunicación y Género» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Investigación en comunicación y feminismo. Debates en torno a la producción, usos y trayectorias en el siglo XXI aborda el diálogo en torno a las relaciones entre la comunicación y el género en el siglo XXI, donde el escenario digital nos dota de oportunidades de expansión del activismo y la praxis feminista, pero donde también se ha incrementado el número de canales de difusión de mensajes reactivos, misóginos, y, en no pocas ocasiones, de odio. Así, este itinerario por las redes sociales en torno a la diversidad de textos y propósitos dotan de unicidad al monográfico respecto al sentido construido y resignificado en las propias comunidades de interpretación, al describir el circuito completo que abarca la producción, la recepción, la recreación, la interpretación y la resignificación, en un constante rol en el que el receptor y productor de contenidos coinciden en el mismo individuo que alterna el papel en sus acciones (*produsage*).

Complementariamente, presentamos sendas reflexiones sobre las pautas, rutinas, condicionantes y dilemas que definen la investigación feminista. Una, sobre las condiciones de producción de la comunicación feminista, sus trayectorias, su consolidación, sus incentivos y sus limitaciones. Otra, imprescindible, sobre el impacto social del conocimiento al que contribuimos, su relación con las personas investigadas y sus testimonios, la explotación —en todos sus sentidos— de los resultados y el retorno del conocimiento a la sociedad.

Sumario

1. Introducción	
<i>por Teresa Vera Balanza; Inmaculada Postigo Gómez.....</i>	9
1. La investigación en feminismo y comunicación en España: criterios de evaluación, asignación de recursos y proyectos	
<i>por Teresa Vera Balanza; Inmaculada Postigo Gómez; Alejandra Hernández Ruiz</i>	23
<i>Metodología</i>	29
<i>La inclusión de la perspectiva de género en la política de investigación, desarrollo e innovación en España</i>	30
<i>La progresión y relevancia de la carrera científica.</i>	
<i>Los sexenios y el techo del talento</i>	37
<i>Horizonte y retos para 2030.....</i>	42
<i>Referencias bibliográficas.....</i>	46
2. Ilustrar el feminismo en Instagram. Las redes sociales como escenario de la agenda feminista	
<i>por Esther Simancas González; Emelina Galarza Fernández; Inmaculada Sánchez-Labela Martín.....</i>	49
<i>Introducción. El feminismo, un asunto de interés institucional.....</i>	49
<i>La agenda feminista en las RR.SS.</i>	56
<i>Metodología.....</i>	60
<i>Resultados.....</i>	63
<i>Conclusiones</i>	67
<i>Referencias bibliográficas.....</i>	70

3. La violencia que seremos: jóvenes y taxonomía de mensajes de odio en las redes	
<i>por Lucia Sell Trujillo; Trinidad Núñez Domínguez;</i>	
<i>Carmen Romo Parra</i>	75
<i>Introducción. Jóvenes y violencia(s) de género en red</i>	75
<i>Los caminos de la investigación: apuntes metodológicos</i>	78
<i>La violencia que somos: Ataques, impacto, autorregulación e indicios de produsage</i>	82
<i>Sobre los ataques en las Redes Sociales</i>	82
<i>Sobre el impacto y autorregulación en las Redes</i>	91
<i>Sobre indicios de produsage</i>	96
<i>Conclusiones</i>	99
<i>Referencias bibliográficas</i>	100
4. De la otredad abstracta a las «otras mujeres»: dilemas éticos y metodológicos del uso de experiencias femeninas en los estudios culturales	
<i>por Cilia Willem; Ignacio Moreno Sagarra;</i>	
<i>Iolanda Tortajada</i>	103
<i>Introducción</i>	103
<i>Feminismo y cultura popular</i>	106
<i>Las otras voces y la etnografía cultural feminista</i>	113
<i>Los peligros de la cercanía</i>	117
<i>Conclusiones</i>	120
<i>Referencias bibliográficas</i>	123
5. Polifonías de la memesfera feminista: entre el carnaval, la tecnopolítica y la contrahegemonía. Fanpages de feminismo geek en Facebook	
<i>por Alejandra Nallely Collado Campos</i>	127
<i>Introducción</i>	127
<i>¿Por qué hablar de memes?</i>	129
<i>Lo digital es político</i>	133
<i>El carnaval feminista digital y la LOLítica</i>	137
<i>La propuesta metodológica</i>	140
<i>Polifonías de la memesfera feminista</i>	144
<i>Conclusiones</i>	152
<i>Referencias bibliográficas</i>	155

6. Resistencia algorítmica y discursos contra la violencia feminicida en las redes sociales. Estudios de género, narrativas digitales y visualidades analíticas	
<i>por Virginia Villaplana Ruiz; Alejandra León Olvera</i>	157
<i>Introducción. Net-narcocultura y resistencia algorítmica</i> ..	157
<i>Propuesta metodológica: Estudiar la violencia y la resistencia algorítmica</i>	163
<i>Resultados. Comunicación política digital, resistencias feministas versus violencia estetizada</i>	170
<i>YouTube</i>	170
<i>TikTok</i>	177
<i>A manera de cierre</i>	181
<i>Referencias bibliográficas</i>	186
7. Escenarios sonoros feministas	
<i>por Teresa Piñeiro Otero; Ruth de Frutos García;</i>	
<i>Paloma López Villafranca</i>	189
<i>Mujeres, acceso y empoderamiento digital</i>	189
<i>El podcasting como medio y estrategia para amplificar la voz</i>	193
<i>¿Por qué el feminismo necesita los podcasts?</i>	197
<i>Desbullando iniciativas sonoras</i>	201
<i>Reflexiones finales</i>	208
<i>Referencias bibliográficas</i>	209

Resistencia algorítmica y discursos contra la violencia feminicida en las redes sociales. Estudios de género, narrativas digitales y visualidades analíticas

Virginia Villaplana Ruiz
Universidad de Murcia

Alejandra León Olvera
Universidad de Murcia

Introducción. Net-narcocultura y resistencia algorítmica

Los recientes estudios sobre visualidades analíticas y resistencia algorítmica enfatizan la relevancia central que tienen las redes sociales para explicar la construcción de narrativas digitales y la difusión de discursos contra la violencia de género. Estos discursos se presentan como consumos en la cultura-red. En la presente investigación partimos del supuesto de que la escalada tecnológica y las nuevas formas de interacción social con dispositivos digitales, permiten la inserción y reconocimiento de nuevos imaginarios culturales e identitarios (Villaplana-Ruiz; León Olvera, 2019) dependientes de su difusión en internet para generar un mayor alcance de consumo y se alimentan de los hechos que suceden en un territorio en particular.

En este sentido, y reconociendo los alcances de las narrativas digitales y visualidades analíticas, se focaliza el interés en la narcocultura mexicana; una cultura que

genera discursos y representaciones violentas en las redes sociales a partir de la violencia explícita que se mediatiza. Si bien, en las narrativas visuales se geolocalizan e identifican ciertos territorios mexicanos como espacios donde surge la narcocultura, es gracias a lo digital que tiene un impacto transnacional, donde se reproducen y difunden los estereotipos machistas, consumistas e individualistas asociados a ella.

Así, para analizar este tipo de contenido se propone el concepto de *net-narcocultura* (Villaplana-Ruiz; León-Olvera, 2020), que explica cómo la narcocultura tiene en internet su mayor plataforma de distribución de consumo cultural, que crea, asimila y reproduce los imaginarios de identidades insertadas en el narcotráfico que se basan en dinámicas de hiperconsumo y estetización de la violencia (Valencia, 2018). Y en segundo lugar también ayuda a visibilizar la normalización de la violencia feminicida (Segato, 2016) insertada en uno de los productos culturales creados por el narco-rap.

Hablar de una violencia explícita relacionada con el narcotráfico mexicano —y representada de una manera estetizada y sin metáforas en los productos creados por dicha cultura— supone evidenciar un momento histórico-político que se ha denominado como «la guerra contra el narco». Es en el año 2006 cuando se empiezan a mediatizar las escenas violentas en territorio mexicano que darán la vuelta al mundo. También es cuando el nombre de Joaquín «El Chapo» Guzmán toma relevancia en las lógicas de consumo cultural del narcotráfico, con mayor fuerza si cabe, y se crean productos que lo van a mediatizar más. En este contexto surge en internet un sitio denominado el Blog del Narco (2010) que

fue el primero en generar un compendio de los vídeos grabados por sicarios cuando realizan ejecuciones o torturas, los cuales son la antesala de las narrativas visuales de los consumos culturales de los videos musicales que circulan en Youtube.

Sin embargo, esta forma de consumo de violencia estetizada (Valencia, 2018) ha sido parte de una genealogía histórica del narcotráfico. La tradición de la narcocultura mexicana tiene su origen en los productos culturales que enaltecían y narraban la realidad de estar inmersos en la cultura del tráfico de drogas. El corrido será uno de los elementos principales de difusión de la historia y vida cotidiana de esta actividad delictiva. El teórico de los estudios culturales Valenzuela Arce (2014) señala que estas producciones culturales y musicales tienen toda una tradición histórica desde los corridos revolucionarios en los que se narraban las hazañas de bandoleros y de los revolucionarios, también en los corridos de contrabando donde se narran los hechos ocurridos en asaltos de trenes y tráfico de objetos prohibidos, no necesariamente droga. No es hasta la década de 1970 que se identifican los corridos dedicados al narcotráfico, donde se utilizan metáforas para hablar de dicha actividad sin hablar directamente de las personas involucradas y de los jefes de los cárteles (Valenzuela Arce, 2014).

Existe un cambio histórico en la creación y difusión de los narcocorridos que se relaciona con el aumento de episodios violentos en el territorio mexicano, específicamente en el año 2008. En este periodo surgen los denominados corridos enfermos o alterados, provenientes de un género denominado Movimiento

Alterado, marcado por un estilo específico donde en las letras se dejan de utilizar metáforas, hablan abiertamente del tráfico y consumo de drogas, así como de la descripción explícita de enfrentamientos, ejecuciones y torturas, mezclado con un hedonismo y exhibición de una cultura del lujo que podría considerarse como *narcoglamour* (León Olvera, 2019).

El auge del narco-rap surge también en el mismo contexto de la guerra contra el narco. Sin embargo, la diferencia entre el consumo de estos productos culturales está marcada por una brecha generacional, y localizada, ya que dichos productos tienen una mayor difusión en la zona de los estados de Tamaulipas y Nuevo León. Los MC —forma en que se conoce a los cantantes de rap—, en sus canciones también narran anécdotas de las personas involucradas en el tráfico de drogas y sicarios, así como de la vida de los jóvenes que integran las pandillas en la narcocultura mexicana. Los corridos alterados y el narco-rap marcan un giro histórico en la forma de contar los eventos del tráfico de drogas, mezclando las anteriores narraciones de la música dedicada al narco con la publicidad que se enuncia en las canciones, así como las campañas de consumo que se crean en la difusión de videos en YouTube y TikTok y que circulan por la web.

Las narrativas del corrido tradicionalmente eran para dar cuenta de los eventos sucedidos, pero ahora se utiliza como instrumento de consumo, además de normalizar las muertes violentas, las letras de los denominados corridos alterados y del narco-rap, distribuyen discursos que entremezclan la violencia, y el

consumo de ciertas marcas, que pareciera que hicieran de la violencia una marca a consumir (León Olvera, 2019: 42).

Si bien esta investigación se centra en la potencia que tiene internet para la transmisión del consumo cultural de la narcocultura, donde existe un espacio de difusión con incipiente normatividad referente a los contenidos que se producen a partir del imaginario del narcomundo-uso de drogas, impunidad, normalización de la violencia sexual y el estereotipo performativo de masculinidades violentas. La propia net-narcocultura también genera nichos de resistencia ante este consumo estetizado de las violencias. Es el caso del movimiento feminista, que ha generado en redes sociales discursos y elementos y productos culturales para evidenciar la situación que viven las mujeres. Con el uso de denuncias, escraches y organización por medio de grupos, las feministas se han organizado de manera global y se apropian de los recursos que ofrece la red y las nuevas formas de publicidad que genera el algoritmo, tal es el caso del uso de las campañas de *hashtags*.

Since the 2000s, «Ni una más /Ni una muerta más», has been the cry of activists in Ciudad Juárez in the Mexican state of Chihuahua, demanding an end to this violence; April 24th being the biggest march ever taken place in Mexico against femicides under the hashtag #Vivas-NosQueremos. From June 3, 2015, on, when demonstrations broke out also in the main squares of Argentina, this mourning has been reversed to refute the loss. The «Ni una menos» movement focuses its demands on the

implementation of protection measures, promoting access to justice, calling for the creation of more shelters and reporting an official count of gender-based violence crimes, apart from, of course, ending structural violence against women. The pace at which the #NiUnaMenos and #VivasNosQueremos movement has gained momentum by turning emotion, denunciation and global rage into a sign, shows that no country is immune to the problem of femicide or gender-based systemic violence against women, lesbians, transvestites, bisexuals and transgender people. The international strike with public demonstrations in fifty-four countries on March 8, 2017 (and #LaHuelgaFeminista8M in Spain in 2018 with the transnational strike of care and consumption) show a catastrophic global dimension of inequality, anger, and indignation against violence (Villaplana-Ruiz, 2019:115).

Vamos a situar las expresiones y consumos culturales teóricamente en la lógica de lo que la filósofa mexicana Sayak Valencia ha denominado *Capitalismo Gore* (2018), el cual sirve como base filosófica para entender y explicar la violencia en el capitalismo global, donde los consumos culturales del narco-rap generan políticas culturales de identidad, específicamente en las prácticas estéticas. En este sentido, también retomamos el concepto de *narcomarketing* (León Olvera, 2019), el cual se define como:

Gestión comercial de los cárteles, donde su publicidad se puede dividir en dos campañas: la del hedonismo y la del terror. Esto con el fin de permanecer siendo empresas vigentes, donde captarán clientelas

y empleados. En este sentido, las redes sociales son fundamentales para la promoción de los cárteles, propagando el discurso de responsabilidad social, de coerción y, añadiría, de aspiración, donde se ve al narcotráfico como una forma de salir adelante en el mundo capitalista (León, 2019: 38).

El análisis sobre los discursos en el corpus de videos musicales de raperos y raperas en YouTube y en los contenidos creados en TikTok en el contexto de la narcocultura mexicana y las interacciones con los usuarios muestra cómo este tipo de violencia se normaliza y atribuye a los procesos de ruptura sentimental en el contexto del amor romántico, la objetivación de los afectos femeninos, la violación y castigo cuando las mujeres deciden sobre sus vidas y cuerpos. Pero también visibiliza y genera procesos de confrontación por parte de las mujeres que se dedican al rap feminista y al generar cuentas en TikTok con contenido feminista.

Propuesta metodológica: Estudiar la violencia y resistencia algorítmica

El posicionamiento académico también muestra un posicionamiento político, y es necesario para hacer un análisis crítico sobre los discursos en la net-narcocultura. Por lo cual el marco teórico y metodológico para este estudio combina una perspectiva crítica de los estudios de género (Butler, 2006; Banet-Weiser; Gill; Rottenberg, 2019) con un análisis de las narrativas visuales. Esto ayuda a analizar las tendencias de los discursos so-

bre violencia feminicida en el narco-rap y su resistencia en el rap feminista por parte de la cultura juvenil.

El objetivo principal de este artículo es mostrar los análisis que se han hecho en dos etapas —divididas por la popularidad de las redes sociales YouTube y TikTok— sobre los consumos culturales creados en la net-narcocultura, y su contraposición con los consumos de resistencia desde el activismo feminista, siendo las categorías de análisis la representación de los roles de género y la violencia en una primera etapa en los videos musicales (Costa, 2016) de YouTube; y en la segunda etapa en las producciones de TikTok.

Se enfoca el estudio en estas dos redes por la producción de contenido audiovisual y donde las normas comunitarias de dichas páginas permiten la difusión de contenido con narrativas digitales de la narcocultura. En la primera etapa se enfoca en los videos producidos por los cantantes de la música que se consume en el narcomundo y las resistencias por parte de cantantes feministas; la segunda etapa se ha adaptado a partir del auge del uso de plataformas comunicativas y de las nuevas redes sociales a partir de la pandemia de covid-19, en el año 2020, donde se crean nuevos recursos de creación de contenido y de difusión de las narrativas digitales de la net-narcocultura, en la nueva red predominante: TikTok.

En este sentido, la netnografía es la técnica seleccionada por tratarse de un método cualitativo de enfoque parcial sin integración (Turpo, 2008) que constituye una técnica para abordar los procesos relacionales, tipos de usuarios, comportamientos y dinámicas de la comunidad virtual en el consumo tanto de los videos

hegemónicos (Illescas, 2016) del narco-rap como de los videos de resistencia feminista.

Se creó el corpus a partir de la observación y descripción densa de videos musicales en la plataforma de YouTube (Costa, 2016) y TikTok bajo la premisa de que estas plataformas son espacios de consumo de narcocultura en internet. Después, en el análisis se manejan los datos bajo la óptica del Análisis Crítico del Discurso Multimodal (ACDM) para identificar las tendencias discursivas en las redes sociales (Fuchs, 2014). Este enfoque permitirá cuestionar las estructuras del discurso (Van Dijk, 1999) como dominio social, en conversaciones 2.0 y textualidades mediáticas. La combinación en el medio digital de diversos sistemas de participación (Carpentier, 2007) y mecanismos para su producción y comprensión implica el desarrollo de un análisis multimodal.

El corpus de la recolección de videos en YouTube propone una inmersión en la búsqueda de los artistas que se consideran dentro de los géneros seleccionados. Se identificaron a los artistas con contenido hegemónico (Illescas, 2015) del narco-rap en México. Son los más famosos los que surgen en el noreste mexicano como: Cartel de Santa, Millonario, Santa Estilo, Cano y Blunt, Santa Grifa. Por otro lado, con respecto a MC feministas, el algoritmo da mayor visibilidad a artistas mujeres de diversos territorios: Rebeca Lane de Guatemala, Tribade, IRA, Gatta Cattana de España. Pero al hacer una búsqueda más profunda y especializada nos encontraremos con nombres de MC mexicanas que se definen como feministas, tal es el caso de Mare Advertencia Lirika, Masta Quba y de colectivos

de mujeres de la órbita del Hip-Hop que son activistas para visibilizar la participación en la escena musical, que desde sus palabras continúa estando dominada por nombres masculinos y donde todavía se tienen que enfrentar a situaciones machistas en la industria cultural de la música. Los colectivos llevan el nombre de Mujeres Trabajando y Batallones femeninos.

La selección del corpus se realizó atendiendo a la elección de los temas musicales con mensajes explícitos sobre violencia de género. *Cártel de Santa* y *Millonario* son los MC que de manera literal en sus canciones hablan de violación, violencia psicológica y apología del feminicidio. En el caso de la elección de las canciones de las MC feministas, fueron elegidas a partir de la respuesta que tienen en su letra con respecto a la violencia de género y denuncia de los feminicidios.

En la segunda etapa de la investigación sobre la netnarcocultura, y teniendo como base las características para elegir los videos en Youtube con respecto a la violencia feminicida (Segato, 2016) y los discursos del narcomundo, se elige TikTok para analizar la migración de contenido o las formas en que se retroalimentan unas con otras, complejizando el concepto de netnarcocultura, donde los contenidos se basan en dinámicas hiperconsumidoras y en la estetización de la violencia.

«¿Los cárteles acaban de lanzar su estrategia de marketing de TikTok?», preguntó un desconcertado usuario en un video visto unas 490.000 veces. «¿El coronavirus les hizo daño a todos ustedes?»

Cuando se le preguntó sobre la política respecto a los videos, una vocera de TikTok dijo que la empresa es-

taba «comprometida en trabajar con las fuerzas de la ley para combatir la actividad criminal organizada» y que elimina «contenido y cuentas que promueven la actividad ilegal». Los videos de cárteles que se enviaron a TikTok para que la empresa comentara al respecto pronto fueron eliminados de la plataforma.

Aunque para la mayoría de los *tiktokers* adolescentes el contenido de los cárteles puede ser novedoso, la representación en línea de la narcocultura tiene más de una década de antigüedad, cuando México empezó a redoblar su sangrienta guerra contra esas bandas, de acuerdo con Ioan Grillo, autor de *El narco: en el corazón de la insurgencia criminal mexicana*.

Al principio, los videos eran violentos y explícitos: imágenes de decapitaciones y tortura que se subían a YouTube con el fin de atemorizar a los grupos rivales y de mostrar a las fuerzas del gobierno la crueldad a la que se enfrentaban.

Pero el contenido se volvió más sofisticado en tanto las plataformas sociales evolucionaron y los cárteles fueron adquiriendo destrezas digitales (López, 2020: párrf. 12-16).

El contenido de TikTok está relacionado con violencia de género y netnarcocultura, siendo la violencia feminicida el discurso más propagado en esta red. Al ser la principal herramienta de análisis la observación netnográfica, el uso de los *hashtags* más representativos del tema (*#narcocultura*, *#feminismomexico*, *#feminicidio*) ayudó a la selección de videos que permiten realizar el análisis de tres categorías sobre la forma de enunciar este tipo de violencia: discursivos, violentos y de denuncia.

Dichos videos se pueden categorizar a partir de sus narrativas y son los más representativos de la política cultural del consumo en las prácticas estéticas de la net-narcocultura en esta plataforma. Esto permite complejizar el análisis, ya no sólo a partir de los contenidos de los videos musicales, sino de la propia producción creativa de los contenidos de TikTok, todo esto desde una perspectiva del *régimen live* (Valencia, 2019).

Por ello, el diseño de los espacios, la publicidad y las imágenes extraordinariamente llamativas y seductoras a nivel visual y sensorial que se distribuyen hoy por medio de internet y sus plataformas, causan arrobamiento (literal y no) y puede producir un consenso visual no discutido que construye a su vez un gusto a-político que legitima y acepta la construcción de régimen necroescópico que normaliza la violencia y la vuelve fascinante (Valencia; Sepúlveda, 2016; Valencia, 2019).

Desde los códigos escaneables incluidos en la Figura 1 se puede acceder a los videos que forman parte del corpus —tanto de YouTube como de TikTok— que fueron sometidos al análisis crítico del discurso multimodal (ACDM) (Kress; van Leeuwen, T, 2001).

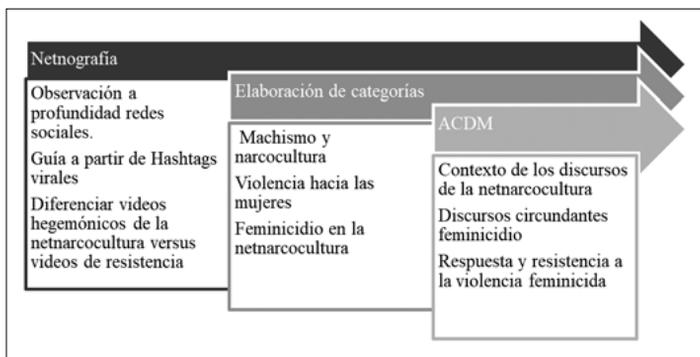
El uso de los códigos QR como herramienta metodológica nos ayuda a simplificar la información de los videos, en la cual podemos contrastar las visualizaciones y el año de publicación, y nos ayuda en el ACDM a identificar y analizar los medios de circulación, difusión y alcance. Además, con la colaboración de estos elementos de lenguaje digital, en el caso del

Figura 1. Códigos del corpus de análisis en YouTube y TikTok.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 2. Elementos de la propuesta metodológica para estudiar la netnarcocultura.



Fuente: Elaboración propia.

corpus de YouTube podemos hacer una constante revisión de los videos y su circulación en tiempo real a través de los años y verificar si hay ediciones o se han agregado nuevos comentarios, además de poder medir las visualizaciones. En el caso de TikTok podemos recurrir al archivo digital que permite la recopilación de los videos, y conservarlos en caso de que las normas comunitarias de la plataforma los censuren o los den de baja.

Resultados. Comunicación política digital, resistencias feministas versus violencia estetizada

YouTube

Entendemos el espacio de YouTube como una plataforma que construye y consolida las lógicas de hiperconsumo que señala Valencia (2018) y que son utilizadas por el narcomarketing para vender la experiencia del «ser narco». Es decir, YouTube es un nuevo mercado donde los discursos que se difunden están adecuados a la cultura capitalista del espectáculo, pero también a las nuevas narrativas de resistencia, de creación de nuevos sujetos políticos (Tortajada; Willem; Platero; Araüna, 2020) que encuentran en esta plataforma la difusión de su contenido que también es la construcción identitaria como parte de su contraposición al propio universo capitalista de YouTube.

Para identificar los videos musicales de narco-rap se priorizó la conversación social en la plataforma y su relación con el imaginario de la narcocultura, las mujeres y la violencia (Jiménez, 2014; Lizárraga, 2012) en la cultura juvenil (Rivera; Reis, 2015). El análisis crítico del discurso revela cómo se generan formas de dominación y/o resistencia a la dominación en contextos concretos. Al reconocer que YouTube es una plataforma de difusión de discursos en pro de la cultura capitalista, evidenciamos el gran nicho que tiene la narcocultura para obtener espacio de visibilización y exhibición de sus consumos culturales, como es el caso de las canciones y videos de los MC seleccionados. Illescas (2015) propone una tipología para analizar este tipo de con-

tenido bajo la lógica de video hegemónico, donde se retoma la categoría del *video gánster*, para describir los contenidos del narco-rap, pues este tipo de video tiene como lógica vender una experiencia de la violencia.

De este modo, el videoclip dominante prosigue la estela del cine de acción hollywoodiense, dirigido a los jóvenes, pero le añade una banalización de la violencia por medio de la música y las ganas de fiesta que produce una representación de la misma, todavía más alienada que la difundida por las franquicias de Rambo y todas sus seguidoras contemporáneas. Desde una parte significativa de videos se promueve una cultura alienadora y deshumanizadora donde la agresividad, la violencia e incluso la tortura, son retratadas como algo *cool* (Illescas, 2015: 257).

En contraparte, los videos de las MC feministas serán contrahegemónicos (Illescas, 2015), y no se podrían clasificar en la lógica de hiperconsumismo. De hecho, las letras se podrán considerar más como un reclamo social, donde el mensaje es denunciar las violencias que pasan día con día en un contexto donde la narcocultura patriarcal vulnera, a través de prácticas y discursos en la lógica del capitalismo gore, a las mujeres.

No debemos olvidar que estos consumos culturales están insertos en un mercado del espectáculo en la cultura red. Por lo tanto, es importante señalar que se vuelven productos de una red de marketing digital, donde se posicionará de la mejor forma y se invertirá en mayor publicidad en el video de la canción que más demanda tenga, aunque esté claro el uso de violencia o

Tabla 1. Descripción de los videos YouTube.

Canción	Artista	Año	Descripción desde categorías analizadas	Vistas (hasta abril de 2022)
Así era ella	Batallones Femeninos	2015	-Narración historia de mujer desaparecida. -Características en el modus operandi del rapto y asesinato de mujeres. -Reclamo sobre impunidad en los casos y trato por las autoridades. -Reproducción audios manifestaciones feministas. -Enuncian México como lugar de feminicidios.	21.554
Autodefensa	Masta Quba & MarieV	2018	-Organización de mujeres para defensa ante agresiones. -Enuncia acoso callejero. -Discurso de autodefensa o fosa, dos posibilidades para las mujeres. -Cuestionamiento de los estereotipos de género.	119.268
Si estuviera en Dubai	Cartel de Santa	2016	-Enuncia el consumo de drogas en <i>hashtag</i> . -Gestión de emociones a través de violencia. -Apología del feminicidio. -Discursos machistas sobre las relaciones erótico-afectivas. -Uso del estereotipo de la mujer interesada y estereotipo de la puta. -Uso de violencia como castigo.	40.177.568
Rayas de Patrón	Millonario	2015	-Enuncia el uso de Drogas. -Letra de contenido sexual, a partir del imaginario de la industria porno. -Discurso explícito de violación. -Uso de adjetivos como perra o puta, de manera despectiva. -Discurso implícito del estereotipo de la mujer-objeto.	33.002.384

Fuente: Elaboración propia.

se haga una apología de la violencia de género. Illescas (2015) señala que la industria musical no tiene interés en generar una producción moral, sino un producto que se venda, como lo es ahora el videoclip que se transmite en YouTube, que es el nuevo comercial, sin siquiera darnos cuenta de que es publicidad.

Debemos entender el narco-rap como una producción cultural en un contexto de extrema violencia, que implica la geolocalización de los conflictos armados por el combate al narcotráfico en territorio mexicano, pero también en las letras de este género serán evidentes las prácticas machistas y apología del feminicidio dentro de los discursos inscritos. Al reconocer que estas letras hacen una narración y representan hechos situados en el país mexicano, la crítica y análisis hacia estos productos debe ser más compleja y no debe quedarse en una visión simplista que reduzca a los discursos de estas canciones únicamente como consumos que obedecen a la inserción, asimilación y práctica de violencia por los receptores.

Las letras de las canciones del narco-rap, como parte del narcomarketing (León, 2019) generan discursos aspiracionales. Muchas de estas canciones describen cómo es que se practican y se asumen las masculinidades en un contexto hiperviolento, cómo se ha creado el imaginario de la vida de un narcotraficante o de un sicario. En esta conformación de masculinidad también se hace alusión a su comportamiento hacia las mujeres, donde se espera un trato machista. Si consideramos el narco-rap como un producto de consumo cultural, y reconocemos que su distribución tiene que ver con la venta de una experiencia o de una identidad, más que

hacer una crítica a los consumidores debemos desentrañar al sistema que hace de la violencia algo vendible.

En las letras de las canciones —como veremos más adelante— se identifican discursos explícitos de violencia de género, insertos en el narco-rap y que se invisibilizan, pues se da mayor importancia al discurso de pertenencia y construcción identitaria. Se puede evidenciar violencia sexual, psicológica y física. Mientras que las letras de rap feminista hacen una denuncia con respecto a la violencia de género, en las del narco-rap se puede identificar una constante referencia a los roles de género que legitiman una masculinidad patriarcal, donde se trata de manera inferior a las mujeres, mientras las letras de rap feministas cuestionan los roles que demeritan a las mujeres e incluso hablan de organización y denuncia.

En esta investigación destacamos que las canciones contestatarias no son una respuesta directa a las canciones del narco-rap, sino que fueron creadas para denunciar el machismo y violencia hacia las mujeres que se vive en México. Todas las letras en la netnarcocultura responden a las demandas económicas y sociales que se crean a partir del capitalismo gore, ya sea para perpetuarlo o para resistir.

Otro elemento importante a destacar es el uso como medio de difusión de las canciones. En el narco-rap y en el rap feminista funcionan como medios de información y representación de la realidad de un territorio situado, como lo es México. Pero se debe poner énfasis en estos discursos, que tienen un alcance mundial con respecto a su difusión en la netnarcocultura. Por un lado, se pueden alimentar los discursos aspiracionales

del narco-rap con otros consumos culturales de la narcocultura global, como el rap gansta, el rap quinqui y el trap. Aunque la violencia machista no es exclusiva de estos géneros, ya que muchas de las letras que pertenecen al género hegemónico no cuestionan los discursos incluso si estos son explícitamente violentos contra las mujeres.

Las letras feministas también ayudan a evidenciar los tipos de violencia que se viven en todos los espacios de la vida social. Es decir, estas letras persisten en la netnarcocultura porque hacen una crítica de las mismas y ayudan a identificar la violencia y formas de resistencia en todo el mundo, dando la palabra a mujeres que viven en un contexto específico. En el caso de Batallones Femeninos algunas de ellas provienen de uno de los lugares que han sido identificados como contextos del feminicidio: Ciudad Juárez.

Es por eso necesario realizar el análisis a partir de la perspectiva de la netnarcocultura, ya que no solo nos ayuda a evidenciar cómo es que se genera el imaginario de vivir dentro del mundo narco, sino que explica de manera analítica cómo emergen socialmente otras identidades que son atravesadas por la violencia, aunque no estén insertas de manera directa en la violencia explícita que se vive en una cultura narco y capitalista gore (Valencia, 2018) que valora la individualización, el éxito a toda costa, y se desarrolla a partir de las lógicas de muerte, y donde el narcotráfico es el mayor ejemplo de éxito en un sistema económico voraz.

En los cuatro videos del corpus, las letras del narco-rap y de rap feminista, utilizan discursos que implican diferentes tipos de violencia hacia las mujeres, donde se

Tabla 2. Comparación entre letras Narco-rap y Rap Feminista

Discursos identificados en letras y su contraposición		
Discurso	Letra Narco-rap	Letra Rap Feminista
Violencia Sexual	<i>Rayas de Patrón (Millonario)</i>	<i>Así era Ella (Batallones femeninos)</i>
	Se queda dormida y el mili se empacha / Patas para arriba le atasco la riata / Me encanta su carita de puta barata / Pinche morra pata pero se la fleta / Sabe a lo que viene no se enclocha no se aprieta / La música suena millón el colchón es bien chillón / La traca se me trepa al coco y ta bien loco el viajesón / Este es un día normal mal / Ta bien mamalón / Este es un día normal mal.	Noto que me miran más no me imaginaba / que el miedo me atraparía / Cuando sola caminaba, vi que alguien se acercaba / Aceleré mi paso cuando jalaron mi mano / Grité lo más que pude, todos se volvieron sordos / Nadie dijo nada, nadie miró nada / Y violada, torturada, amenazada, amordazada / Con lágrimas en los ojos imploraba que esto terminara.
Violencia Física y Psicológica	<i>Si estuviera en Dubai (Cártel de Santa)</i>	<i>Autodefensa (Masta Quba & MarieV)</i>
	Que te gusta ser culera yo lo sé / Que engatusas a cualquiera también sé / Que eres una mitotera / Perra infiel / Pobrecito del pendejo que te cree. Como quisiera que fueras / Una perra sincera / Que te hablaras al chile / Que no me mintieras / Que no me salieras con tantas mamadas / Si estuviera en Dubai te agarraba a pedradas / Si estuviera en Dubai ay ay ay / Si estuviera en Dubai bye bye bye bye bye.	Cuentos de princesas y tele-novelas / Decir que somos las pasivas, que somos indefensas / No dudes en usar la fuerza para tu defensa / Grita fuerte, pon al agresivo en evidencia / Quita del camino a quien te acosa / Respóndele a quien te insulta, a quien te toca / Quítate el abuso, aunque te digan loca / La autodefensa es necesaria o si no la fosa.

Fuente: Elaboración propia.

habla de violación, violencia física y apología del feminicidio, siendo la respuesta de resistencia la narración de una desaparición y sus efectos sociales, además de la invitación a la organización y a la autodefensa.

En las letras se pueden identificar las categorías de los discursos machistas relacionados con la narcocultura, y de qué manera se representa el feminicidio en la netnarcocultura. En las letras del narco-rap se normaliza la forma en que se presentan este tipo de asesinatos que implican violencia sexual y violencia física. En contraposición, los discursos de las letras feministas toman estos mismos conceptos y les dan un significado de protesta y cuestionan que el acoso, la violencia y la violación se normalicen en la cotidianidad.

TikTok

Para la segunda etapa de la investigación se parte de que la diferencia entre YouTube y TikTok es la inmediatez del consumo de los contenidos audiovisuales, dado el formato de la creación de contenido y teniendo la posibilidad de transmitir el mensaje en el rango de los 15 segundos a los 3 minutos. En el contexto de la netnarcocultura, en TikTok los videos de contenido de consumo hedonista del narco no van más allá de 15 segundos, y se enfocan al igual que los videos de narcocorridos y narco-rap a narrar —en este caso exhibir— el *narcoglamour* (León, 2019), operaciones especiales o historias de gente del narcomundo, creando y reafirmando los imaginarios discursivos e identitarios previos que ya se observaban en YouTube.

Aunque algunos videos se siguen produciendo para propagar el terror, otros están hechos para mostrarle a los jóvenes del campo mexicano los beneficios potenciales de unirse al narcotráfico: dinero infinito, autos caros, mujeres hermosas, mascotas exóticas.

«Se trata del sueño, se trata de chamberlear», dijo Ed Calderón, consultor de seguridad y exintegrante de las fuerzas de seguridad en México. «Eso es lo que venden».

Según Falko Ernst, analista sénior para México del International Crisis Group, un centro de estudios global, algunos de los videos de TikTok podrían estar producidos por los mismos integrantes de los cárteles, en especial jóvenes sicarios ansiosos por mostrar sus botines de guerra.

Aun así, dijo, la mayoría posiblemente los graban los operadores jóvenes de menos rango de los grupos, y luego sus amigos, o quienes aspiran a ese estilo de vida, los circulan ampliamente en internet.

Pero ya sean los cárteles o simplemente los aspirantes a mafiosos quienes los producen y comparten, el objetivo final es el mismo: atraer a un ejército de jóvenes dispuestos a dar la vida por acercarse a la gloria. Las bandas, dijo Ernst, dependen de este «mar de jóvenes».

A pesar de que los videos de armas con piedras preciosas y autos modificados han circulado en Instagram y Facebook durante años, TikTok le ha dado una nueva dimensión al género de la narcocultura.

«El mensaje tiene que ser rápido, tiene que ser atractivo, y tiene que ser viral», dijo León, la antropóloga. «Se hace divertida la violencia, o hasta le ponemos musiquita» (López, 2020: 21-28).

Tabla 3. Descripción de los videos de TikTok

Video	Canal	Descripción desde categorías analizadas
Asesino mexicano <i>moods</i>	@davidterror2	-Uso de imágenes reales sobre feminicidio relacionado con un cártel mexicano. -Descripción de la disposición de cadáveres en la simbología de la narcocultura. -Estilo narrativo del contenido.
No te da miedo salir con ellos	@valeriapockett	-Representación de un feminicidio. -Evidenciar las posibilidades de los feminicidios en México, en este caso asesinada por amigos. -Uso de un trend aplicado al tutorial de maquillaje. -Estilo performativo.
Morro antifeminista	@montse.heday	- <i>Tiktoker</i> feminista que crea contenido satírico como forma de resistencia. -Burla hacia las respuestas machistas ante las manifestaciones o reclamos feministas. -Evidencia la violencia que se vive en el país. -Muestra la diferencia entre asesinato de varones y feminicidio.
Duo Justicia para Karen	@alan_art21	-Interacción entre dos usuarios. -Estilo performático, uso de las artes para denunciar. -Audio de reclamo del feminicidio de Karen y la corrupción en su caso. -Reclamo a las autoridades competentes sobre el caso. -Uso de imágenes para preservar la memoria de Karen y no difundir las imágenes explícitas del feminicidio.
Feminicidio Fátima	@fridasofiaavendano	-Uso de imágenes reales sobre el feminicidio de Fátima. -Contenido narrativo. -Trato del caso como «historia de terror». -Descripción de la disposición de cadáveres en México.

Fuente: Elaboración propia.

Al identificar el *régimen live* y la netnarcocultura en TikTok se problematiza y se evidencian nuevas formas de difusión de las narrativas digitales de violencias que

vulneran a las mujeres. Estas neoviencias digitales siguen la normalización de la violencia feminicida (Segato, 2016). TikTok permite identificar nuevas violencias de género en el relato mediático (Villaplana, 2009) en los productos culturales creados por la netnarcocultura. El análisis sobre los discursos en el corpus de videos en TikTok y las interacciones de usuarios, muestra la normalización, pues los videos se enfocan principalmente en la máxima expresión de violencia machista: el feminicidio. En la siguiente tabla se desglosa de manera general la descripción de los videos seleccionados para este artículo, contenidos en los códigos QR de la Figura 2 (véase *supra*).

En esta plataforma, al igual que en YouTube, también se están creando contenidos de la resistencia feminista frente a la ciberviolencia de género. El corpus seleccionado se centró en los elementos más importantes de análisis del feminicidio en la netnarcocultura. La creación de contenido, aunque en diferentes ramos, principalmente se enfoca a la denuncia, tal y como se pudo identificar a partir de la netnografía y uso *hashtags* para después hacer el ACDM. A partir de esto, se identificaron tres categorías principales para clasificar el contenido de resistencia:

1. *Narrativa*: tipos de contenido que utilizan recursos específicos de medios de comunicación. Son cuentas que se dedican a resumir y enunciar casos de feminicidios, utilizan recursos audiovisuales superpuestos de noticieros. El objetivo es narrar la historia, que sea como parte de un repositorio de información, aunque también hay canales que se dedican a identificar estos casos como historias de terror.

2. *Performativa*: este tipo de contenido utiliza elementos artísticos para denunciar los feminicidios. Algunos de sus contenidos parten del activismo para no transmitir imágenes de las mujeres asesinadas en plena escena del crimen. Otra parte de los TikToks performativos surgen de cuentas de *tiktokers* que se dedican al maquillaje o a la moda, y a partir de su capacidad de influencia hacen un video donde transmiten un mensaje de denuncia a partir de los elementos que son su fuerte, como puede ser el maquillaje.

3. *Parodia*: este tipo de TikToks es creado por mujeres jóvenes que a partir de su contenido confrontan a otros usuarios o incluso critican ciertas posturas políticas que vulneran y ponen en situación de riesgo a las mujeres.

A manera de cierre

Gracias a las categorías de machismo y narcocultura, violencia hacia las mujeres y feminicidio en la netnarcocultura, se puede hacer un análisis en profundidad de las narrativas que se crean en estos consumos culturales, siendo los datos más relevantes los que siguen:

- Desde la observación netnográfica se identifica que los narco-raps en YouTube son videos hegemónicos, por lo cual las herramientas algorítmicas de la propia plataforma difunden estos videos con mayor viralidad y esto se refleja en las reproducciones de dichos videos frente a los creados por las MC feministas.
- Por un lado, en el narco-rap, aunque hablan más

de la creación de una identidad hedonista en el narcomundo, el discurso de una masculinidad machista que violenta a las mujeres está presente, y en las letras se habla explícitamente de violar y castigar por medio de la violencia física a las mujeres en el imaginario de estas canciones. En contraposición, las letras de las MC feministas integran en el discurso la denuncia a estas violencias e integran en el imaginario la idea de quién es un agresor, el cuestionamiento de estereotipos impuestos, y alientan a las mujeres a defenderse ellas mismas como herramienta ante la impunidad en los casos de agresiones.

- El cambio y migración de contenidos modifican las formas de comunicar la idea de violencias hacia las mujeres y resistencia a estas. En el formato de TikTok la narrativa digital se enfoca en las imágenes y la propia creatividad de quien crea el contenido; además, la misma plataforma permite interacciones entre usuarios, como la creación de dúos para responder a un video, creando la posibilidad de dar respuesta dentro del contexto del *régimen live*.
- La creación de los contenidos en TikTok hace uso de elementos ya creados en los medios de comunicación. Lo que se hace en los canales es editar y resumir la noticia a partir del contenido que quieren crear, específicamente en los contenidos narrativos; estos videos necesitan una mayor clasificación a partir del discurso principal que quieren transmitir, el cuál también depende del tema del canal.

- Estos contenidos no hablan directamente de la narcocultura o consumo de drogas, pero sí relacionan el asesinato de mujeres con la forma en que operan los cárteles en México respecto a las ejecuciones y disposición de los cadáveres en la vía pública, fortaleciendo la categoría de análisis feminicida en la net-narcocultura.
- En las categorías de clasificación performativa y parodia nos encontramos que lo fundamental para que se viralice el contenido es la creatividad. En este punto es necesario profundizar más en el hiperconsumo de la violencia estetizada para identificar de qué manera la resistencia feminista se apropia de estas herramientas y hace que el algoritmo también pueda difundir su mensaje y tenga mayor alcance.
- En TikTok hay una mayor restricción de la difusión de ciertos discursos, incluso palabras, por lo cual se tiene que definir de manera diferente la noción de video hegemónico, que en esta plataforma está más relacionado con la formulación de contenido creativo.

Entonces, ¿qué utilidad tiene la netnarcocultura en los análisis sociales de violencia y resistencia feminista? Recapitulando la forma en que hemos definido esta red cultural, reafirmamos que tiene en internet su mayor plataforma de distribución de consumo cultural, donde se va a generar como elemento hegemónico el producto de consumo cultural que legitime la naturalización de la violencia y el hiperconsumo juvenil. En este caso los productos de la narcocultura son los

predilectos, al momento de legitimar una sociedad donde los discursos de éxito y prototipo de trabajo ideal es el que produzca más dinero para consumir. Así, el narcotráfico es el más claro ejemplo de éxito en el *capitalismo gore*.

Es necesario hacer estos estudios para analizar parte por parte de qué manera se construye la netnarcocultura y cómo deja nichos de resistencia donde surgen el rap feminista, el cual ayuda a realizar un análisis crítico a su contraparte, que sería la asimilación de la violencia de la narcocultura inserta en una red global, y no solo geolocalizada. Así, el ejercicio de la violencia más explícita está a merced de la lógica capitalista de las transnacionales; la violencia también será localizada en territorios pobres; la población es desechable y el feminicidio se mezcla con la ola de violencia, dejando de nuevo invisibilizadas a las mujeres.

Al utilizar la netnografía, y ubicarla en el estudio de la netnarcocultura, se utilizan herramientas de la etnografía clásica aplicada a entornos digitales, y gracias a las herramientas que las propias plataformas brindan es más fácil analizar los corpus, donde lo más importante es identificar cómo es que se mezclan discursos aspiracionales con la normalización del patriarcado, el machismo y violencia desde los discursos hegemónicos, y cómo los discursos no hegemónicos —que en este texto lo ejemplificamos con las letras del rap feminista— enuncian denuncias, siendo letras políticas y de resistencia en su mayoría.

Es decir, la crítica se debe centrar en cómo es que se hace ejercicio de poder con respecto a lo que se difunde en la web. Por lo tanto, se pueden hacer aná-

lisis de los discursos hegemónicos y que nos construyen como población-red. Esta forma de análisis nos permite identificar cómo gestionamos estas nuevas interacciones a partir de discursos de conformación de identidad, pero también nos permite ser críticos con respecto a la normalización de la violencia, en este caso la dirigida a las mujeres. Por lo tanto, se deben resaltar y alentar a la realización del estudio de las interacciones sociales en la web 2.0, como parte de una cultura cotidiana juvenil y que muestra procesos y dinámicas de poder a partir de la distribución de discursos hegemónicos y apoyados por los grupos de poder, que basan el éxito de vida en el consumo.

La netnarcocultura se debe ver desde la perspectiva de los estudios de género, ya que permite hacer una crítica social de la violencia, además de que posibilita identificar nuevas formas de resistencia como el rap feminista. También ayuda a generar herramientas y evidenciar territorios en los que se viven cotidianamente violencias estructurales creadas por dinámicas sociales, políticas y económicas globales, y al contrastarlo con la presencia de crimen organizado, ayuda a identificar e incluso definir algunos de estos fenómenos violentos con características específicas del entorno del narcotráfico mexicano, como lo es el feminicidio. Entender la netnarcocultura también es entender el algoritmo que se genera en las redes sociales, pero nos permite asimilar nuestra inserción a dicho círculo de consumo desde una manera más crítica, entendiendo cómo es la lógica de consumo cultural juvenil.

Referencias bibliográficas

- Banet-Weiser, S.; Gill, R.; Rottenberg, C. (2019). Postfeminism, popular feminism and neoliberal feminism? Sarah Banet-Weiser, Rosalind Gill and Catherine Rottenberg in conversation. *Feminist Theory*, 21(1), 3-24.
- Butler, J. (2006). *Gender Trouble*. New York: Routledge.
- Carpentier, N. (2007). Participation and interactivity: changing perspectives. The construction of an integrated model on access, interaction and participation. In V. Nightingale (Ed.), *New media worlds* (pp. 214-230). Oxford: Oxford University Press.
- Costa, J. (2016). *Da MTV para o YouTube: a convergencia dos vídeos musicais*. Porto: Afrontamento.
- Fuchs, C. (2014). *Social media: A critical introduction*. London: Sage.
- Illescas, J. (2015). *La dictadura del videoclip*. Madrid: El Viejo Topo.
- Jimenez, E. (2014). Mujeres, narco y violencia: resultados de una guerra fallida. *Región y sociedad* 4, pp. 101- 128.
- Kress, G.; van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal Discourse: The modes and Media of Contemporary Communication*. London: Arnold
- León Olvera, A. (2019). La Feminidad Buchona: performatividad, corporalidad y relaciones de poder en la narcocultura mexicana (Tesis Doctoral, Alejandra León Olvera). México: El Colegio de la Frontera Norte
- León Olvera, A. (2016). El movimiento alterado en la ciudad de Querétaro: el performance de una masculinidad juvenil en la narcocultura (Tesis Maestría, Alejandra León Olvera). México: El Colegio de México.
- Lizárraga, E. (2012). De Sinaloa y el narcotráfico. En Santamaría, A. (coord.) *Las jefas del narco. El ascenso de las mujeres en el crimen organizado*. México: Grijalbo, pp. 53-70.
- López, Oscar (2020). *Los cárteles mexicanos invaden TikTok en The New York Times*. URL: <https://www.nytimes.com/es/2020/11/28/espanol/america-latina/cartel-tiktok.html>
- Rivera, S.; Reis, B. (2015). «Los consumos juveniles de música en la era digital: un estudio de caso en la Zona Metropolitana de Querétaro». *Cuadernos de Música, Artes Visuales y Artes Escénicas*, 10 (2), pp 171-192.
- Segato, R. (2016). *La guerra contra las mujeres*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Tortajada, Iolanda; Willem, C.; Platero, R.L.; Araúna, N.(2020). Lost in transition? Digital trans activism on YouTube. *Information, Communication & Society. Advance online publication*. <https://doi.org/10.1080/01369118X.2020.1797850>
- Turpo, O. (2008). «La netnografía: un método de investigación en Internet». *Revista Iberoamericana de Educación*, 47(2), 1-10. Retrieved from file:///C:/Users/ComunicacionAcet/Downloads/2486Gebera.pdf
- Valencia, S. (2019). El régimen está (transmitiendo en) vivo, en *#Re-visiones* 9/2019
- Valencia, S. (2018). *Gore Capitalism*. MIT/ Semiotext(e), Los Ángeles.

- Valencia, S.; Sepúlveda, K. (2016). «Del fascinante fascismo a la fascinante violencia. Psico/bio/necro/política y mercado gore», en *Mitologías hoy*, Vol.14, dic. 2016: 75-91.
- Valenzuela Arce, J.M. (2014 [2002]). *Jefe de jefes. Corridos y narcocultura en México*. Tijuana: El Colegio de la Frontera.
- Van Dijk, T. (1999). El análisis crítico del discurso. *Anthropos*, (186), 23-36. Retrieved from <https://goo.gl/JQsyZ4>
- Villaplana-Ruiz, V. (2019). Transnational feminist activism to reframe femicide: the case of #NiUnaMenos and #VivasNosQueremos. In: Gámez, MJ.; Nuñez, S.; Gómez, E. (Eds.) *Re-writing Women as Victims. From Theory to Practice*. London: Routledge.
- Villaplana-Ruiz, V. (2009). Nuevas Violencias de género. Arte y Cultura Visual (Tesis Doctorado).
- Villaplana-Ruiz, V.; León-Olvera, A. (2020). Net-narcoculture: discursive trends on femicide violence and youth culture in the consumption of the narcorap aesthetics versus feminist rap resistances, in *The politics of technology in Latin America*, Vol.II, London: Routledge.
- Villaplana-Ruiz, V.; León-Olvera, A. (2019). Transfeminidad viral en la cultura red. Memes, videoclips en la construcción social de la narcoestética buchona y choni. En: *Comunicación, género y educación representaciones y (de)construcciones*. Madrid: Editorial Dykinson.