

## **Capítulo 8. Transfeminidad Viral en la cultura red. Memes, Videoclips en la construcción social de la narcoestética buchona y choni**

Dra. Alejandra León Olvera, CONACYT-Universidad de Murcia

Dra. Virginia Villaplana Ruiz, Universidad de Murcia

### **Introducción**

El presente texto es la edición revisada y editada de la ponencia presentada para el IV Congreso Internacional sobre género y comunicación, que se llevó a cabo en Sevilla en el año 2018 y la primera edición del presente texto fue publicada en el 2019 (Villaplana y León, 2019). En la presente edición se posiciona la transfeminidad viral, bajo la lógica de la net-narcocultura (Villaplana y León 2020), así como bajo las lógicas hedonistas y de hiperconsumo del narcomarketing (León, 2019)

El objetivo de este trabajo es identificar las características de autorepresentación que conforman la condición de género de las buchonas y las chonis en la memoria corporal digital, además de resaltar las características de etnia y clase que se insertan en el discurso visual. Siendo las herramientas metodológicas un análisis crítico de los discursos inmersos en las imágenes y los mecanismos que permiten su producción y distribución.

El uso cotidiano de redes sociales de segundo orden como Facebook e Instagram, crean nuevos universos de estudio para quienes nos interesamos en temas como la comunicación simbólica, las subjetividades e identidades. En estas plataformas se crean productos culturales ricos en información que permiten desglosar los elementos que conforman dichas construcciones. Como estudiosas en los Estudios de género, nos hemos dedicado a ubicar dos construcciones de feminidades de grupos estigmatizados en España y México. Las chonis, que son jóvenes de clase baja, clase media, que se las relaciona con actos vandálicos y uso de la violencia. Y las buchonas, que son las mujeres

inmersas en la narcocultura mexicana y fungen como parejas erótico-afectivas de los hombres involucrados en el tráfico de drogas.

Estas culturas juveniles están inmersas en la lógica de la violencia heteropatriarcal, posicionando a las mujeres en una jerarquía de sumisión, haciendo también de sus acciones parte de un conglomerado de estigmatizaciones que se reproducen en los estereotipos y producciones culturales como son los memes y videoclips que circulan en internet.

### **Transfeminidad Viral e Identidades de la violencia**

El trabajo de Hartmann (et. al. 2016) explora el consumo de redes sociales y cómo éste se relaciona con la publicidad, en tal vínculo destaca a grupos jóvenes propensos a vivenciar la publicidad en la red de formas más activas, con acciones que construyen a través de las posibilidades que las mismas plataformas digitales ofrecen. Estos escenarios y entornos son agentes, que a la vez son territorios sociales. Se trata de mundos sociales, de lugares reales donde se crean sentidos y significados. Atender este fenómeno lleva implícito la intención de dar cuenta de las relaciones simbólicas y discursivas que se gestan desde la cultura red, para tener elementos que nos permitan entender los procesos mediante los cuales, las y los jóvenes incorporan el campo social, a través de nuevas formas de relacionarse activamente con las narrativas mediáticas, que les permiten negociar la construcción de sentidos. Por nuestra parte, sostenemos que se trata de nuevos escenarios de contienda en donde se negocia y se debate la construcción de sentido de la identidad juvenil

Analizaremos la autorepresentación, autoproducción cultural y distribución de los discursos insertos en las imágenes que hacen estas mujeres de sí mismas. Consideramos que este fenómeno social relativo a la construcción de una identidad social, en este caso de feminidades tiene un impacto global gracias a su circulación en las redes sociales transnacionales construyendo una transfeminidad viral como signo cultura.

## Imágenes 1 y 2. Transmenidad viral, buchonas y chonis



Fuente: Tumblr Manzana Buchona y Blog Cuánta Razón Barbie Choni.

### Memoria corporal digital de buchonas y chonis

De la noción de figuración de Rosi Braidotti y de la noción de biomitografía (reescritura de la historia, el mito y la autobiografía) de Audre Lorde proponemos el concepto memoria corporal digital como herramienta conceptual que deconstruye los mandatos dominantes del género, la identidad, las experiencias de mujeres en los márgenes y los saberes dominantes. Por tanto, la memoria corporal digital interroga y cuestiona la autorepresentación desde las prácticas estéticas corporales vinculadas a la narcoestética en el caso de las buchonas, y a la estética de clase social baja en el caso de las chonis o princesas de barrio. El relato autobiográfico que desarrollan en las redes sociales alude a una *biomitografía* (Lorde, 1982) y las tecnologías de género de Teresa de Lauretis (1989).

En el campo de los Estudios de género el agenciamiento respondería a una práctica política y social que irrumpe las formas dominantes de género, sexo, raza, identidad y autoridad mediante la producción de la ruptura del sentido social heteronormativo según Monique Wittig (2006[1980]), heterosexualidad obligatoria a la que se refería Adrienne Rich (1996) como proceso de re-significación colectivo. Agencia cultural, sexualidad y subjetividad actúan como parte del proceso de subversión de la

normatividad. Tal y como Butler (1990), Hollway (1984), Bersani (1987), Cathu (1996), Sedgwick (1990), Haritaworn (2014), Valencia (2016) y Villaplana (2009) conciben la performatividad como agencia cultural para subvertir experiencias de violencia simbólica, de violencia real, y trauma.

Una figuración feminista nos impulsa a repensar las formas en las que nociones como porosidad y fluidez movilizan nuestra subjetividad y desafían las interacciones simbólicas que la conforman (Braidotti, 2006, 123). Elsa Muñiz (2012), especialista en teoría del cuerpo, hace énfasis en que las cirugías cosméticas “actúan como disciplinadoras del cuerpo individual y en gran medida como mecanismos reguladores del cuerpo colectivo en tanto se han convertido en prácticas masivas.” (p.121).

Las buchonas se someten a estos procesos de cirugía estética a partir de lo que condicione su pareja en primera instancia, pero ellas saben que su cuerpo es una herramienta para insertarse en el mundo del narcotráfico que va más allá de “desear el capital económico; hay otras cosas que están en juego: una identidad femenina, una posibilidad cercana, familiar, una red de relaciones objetivas que se hacen cuerpo.” (Mata Navarro, 2016: 100)

### Imágenes 3 y 4. Memoria corporal digital buchonas y chonis



Fuente: Facebook Yassdom Fashionable Buchona e Instagram Chonis\_sin\_fronteras

## La producción biopolítica en la “web social”: memes y videoclips

Foucault reflexiona sobre este hecho: “Sin duda, el objetivo principal hoy no es descubrir, sino rechazar lo que somos. Nos es preciso imaginar y construir lo que podríamos ser para desembarazarnos de esta especie de *doble coerción* política que es la individualización y la totalización simultáneas de las estructuras del poder moderno. Podría decirse, para concluir, que el problema a la vez, político, ético, social y filosófico, que se nos plantea hoy no es tratar de liberar al individuo del Estado y sus instituciones, sino de liberarnos nosotros del Estado y del tipo de individualización que le es propio. Nos es preciso promover nuevas formas de subjetividad rechazando el tipo de individualidad que se nos ha impuesto durante siglos.” (Foucault 1990:24)

Con biopolítico, podemos comprender de producción y reproducción de formas de vivir. Un ejemplo sería la ética en la manipulación corporal y genética pero que a su vez la proliferación de este tipo de empresas sea uno de los probables desarrollos económicos de las décadas futuras. En relación con el concepto de biopoder, del que hablan autores como Michel Foucault y que se define en torno a la idea de que el poder se ha hecho cargo de la idea de vida y que el poder político produce y extiende formas de vida y formas de experimentar la vida. La política regula conceptos como el derecho al aborto, la eutanasia o la conveniencia. De esta forma, “El control de la sociedad sobre los individuos no sólo se efectúa mediante la conciencia o por la ideología, sino también en el cuerpo y con el cuerpo. Para la sociedad capitalista es lo bio-político lo que importa, ante todo, lo biológico, lo somático, lo corporal. El cuerpo es una entidad biopolítica, la medicina es una estrategia biopolítica.” (Foucault 1977: 210)

En la web social ya no es solo el poder sobre los cuerpos, aquí estas formas de “biopolítica” se enmarcan en la subjetividad, en la que trabajan grandes corporaciones del entretenimiento y de la comunicación, creando nuevas “dependencias y necesidades” y nuevas formas de “interacción social y personal”. El poder es una forma de poder que, básicamente, no actúa sobre los sujetos, sino que los encausa hacia un horizonte de acción: no disciplina, sino que normaliza. El poder es, además, para

Foucault, multidireccional y siempre opera en red y actúa como regulador de la población.

### Imágenes 5 y 6. Representaciones de las buchonas y chonis



Fuente: Youtube, Narcoserie Buchonas y Videoclip Choni

Los memes y videoclips de chonis y buchonas en internet, muestran un estereotipo, representación y forma de identificación de estas mujeres, donde parte importante de sus identidades es la capacidad de consumo y su ostentación de objetos, como prendas de vestir de marcas famosas y joyas. Además, las formas de difusión e interacción en las redes sociales permiten reconocer un estilo de corporalidad muy específica, donde sus cuerpos ayudan a mercantilizar marcas, cirugías estéticas de senos y glúteos. La contextualización de las imágenes y los vídeos también hacen de los cuerpos de estas mujeres, cuerpos marginados y estigmatizados por considerarlos fuera de las normas sociales y que irrumpen los cánones de belleza, pasando por una severa crítica por su inversión monetaria en productos de ostentación y su posición social en la clase baja.

De esta manera, en la Web 2.0 los conceptos de vida y producción económica se hallan interrelacionados. Un ejemplo sería en las redes sociales la gestión de socialidad y producción económica, en las que se crea un “capital afectivo”, y en las que ahora la rentabilidad se basa en la generación de situaciones de “cooperación y de comunidades comunicativas”. En las redes sociales se pueden experimentar todas las esferas de la



vida cotidiana, desde el trabajo al ocio. Así, la producción biopolítica en la web social hace que se produzca una ruptura entre tiempo de vida, el tiempo de trabajo y consumo del cuerpo.

### Economía afectiva digital inscrita en los cuerpos de buchonas y chonis

La afectividad y las relaciones interpersonales podemos denominarla como “subjetividad productiva”, convirtiéndonos en “obreras sociales”. Para argumentar mejor este hecho se puede hablar de que las industrias culturales están creando tecnologías de comunicación interpersonal para obtener rentabilidad de las interacciones afectivas (en redes sociales como whatsapp, por ejemplo). Se intensifica de esta forma la relación comunicación-afecto gracias a estas “tecnologías afectivas”.

### Imágenes 7 y 8. Economía afectiva digital en los cuerpos de buchonas y chonis



Fuente: Facebook Plebitas & buchonas cabronas y Twitter @Noerive Chonis  
Retweets 4728

Estas tecnologías que comercializan con la afectividad de las buchonas y las chonis en la Web 2.0, tienen que ver con la interacción de los comentarios que se pueden hacer a vídeos, fotografías y memes en plataformas de Facebook, Twitter, Instagram y Youtube.

En las fotografías y vídeos que las buchonas y las chonis producen como autorepresentación esperan un gesto de aprobación a partir de los comentarios y reacciones que tengan sus publicaciones generando estímulos positivos en el plano afectivo. En el caso de los memes el discurso y sentido que se crea de estas dos identidades femeninas tiene un tenor de estigmatización. Ésta se plantea como una forma de burla y se refuerza a partir de los comentarios e interacciones que tienen otros usuarios quienes principalmente señalan la procedencia étnica y de la clase social como elementos que desvalorizan a estas mujeres por no contar con los capitales culturales y económicos, y consecuentemente creando discursos moralizadores. Los videoclips tienen dos funciones una es de crítica, pero la otra tiene que ver con procesos aspiracionales de clase social específicamente en el caso de las buchonas donde se vende la felicidad a partir de la relación que se pueda generar con un hombre inserto en el narcotráfico.

### **Agenciarse de las representaciones. Agencia de la memoria corporal digital en Instagram y Facebook**

En esta dirección puede entenderse que la noción de agencia retomando las ideas de Braidotti (1997) de figuración narrativa y visualizaciones feministas y siguiendo algunas de las ideas de Latour, entre otros, sobre el poder de las representaciones. Braidotti escribe:

Una figuración no es una metáfora sin más, sino un mapa cognitivo políticamente informado que lee el presente en términos de la situación en que se está inserto. Basada en la teoría de la «política de la localización» de Adrienne Rich, se ha redefinido a partir de las nociones postestructuralistas de discurso—



hasta llegar a la idea de «conocimientos situados de Donna Haraway»— como genealogías corporeizadas o responsabilidad encamada. (Braidotti,1997:6)

La agencia como estrategia frente al poder o las formas estéticas en las producciones culturales transfeministas. En esta dirección la noción de agencia se entrelaza con una metodología transfeminista (Valencia, 2006). Ya que consideramos la teoría transfeminista como una heurística crítica de la sexualidad en Ciencias Sociales e Humanidades que explora la reinterpretación, reapropiación y contextualización de las prácticas sexuales, la capacidad para generar formas de agencia discursiva y resistencia práctica dentro de los contextos y procesos sociales de normalización e institucionalización de la violencia que nos excluyen y niegan.

En el caso de las buchonas y las chonis esta agencia y resistencia se contrapone a un cúmulo de discursos insertos en la segregación a partir del género, la etnia, la sexualidad y la clase. Se puede decir que su memoria corporal digital se basa en corporalidades con determinados movimientos, gestos, poses y conformaciones que los hacen parte de un engranaje de consumo transnacional y que no pertenecen a la cultura occidental predominante. En el caso de las buchonas esta memoria corporal digital tiene sus raíces en una narcoestética muy definida en una región específica, nos referimos a Sinaloa, Mexico. Sin embargo, podemos rastrear la incorporación de esta estética corporal digital por todo el mundo gracias a Web 2.0 y la aceptación de estos cuerpos en distintos puntos del mundo haciendo un nuevo canon de belleza, comparable en Estados Unidos con las Kardashian y en España con las chonis.

**Tabla 1. Análisis crítico de memoria corporal digital. Autorepresentación, biografía, experiencia y mito**

<b>Construcción del imaginario socio-sexual tecnologías de género y cultura digital</b>	<b>Buchonas</b>	<b>Chonis</b>
Transfeminidad viral	Economía afectiva digital Agencia y subjetividad	Economía afectiva digital Agencia y subjetividad
Producción Estética	Narcoestética	Estética de la pobreza
Networking. Uso de redes sociales en internet	Instagram Facebook	Instagram Facebook
Clase social	Baja. Posibilidad de ascender a la clase alta. Ámbitos rurales y urbanos	Baja y media (movilidad social cuestionada). La ciudad, el barrio y el extrarradio del polígono industrial.
Consumo cultural musical	Narcocorridos y Narcorap	Hip-hop y Tecno
Agencia cultural	Corporal y Narrativa	Corporal y Narrativa

Fuente: elaboración propia.

## **Conclusiones**

En esta investigación argumentamos la memoria corporal digital de las mujeres chonis y buchonas en las culturas populares de México y España. En este sentido los materiales aportados responden a un esquema de comunicación simbólica compartida sobre la transfeminidad viral que indican la pertenencia a una cultura de clase (Jones, 2013) y a una construcción estética corporal determinando un modelo de feminidad de impacto transnacional.

La transfeminización viral de la afectividad y el deseo del sujeto como base de la socialización y vínculo estético que genera con el mundo conforman el “capitalismo afectivo” en internet que controla la producción y gestión de la afectividad mediante la autoproducción de imágenes. Las redes sociales coaptan los afectos y las emociones como una enorme fuerza productiva. El valor productivo de los sujetos en red no recae en su potencial laboral, sino en su condición de poseedores de una vida que desea contacto, entretenimiento, disfrute y satisfacción, así, parece que es la vida ordinaria misma la que trabaja. En el nuevo sistema-red (Villaplana, 2016) el poder explota y se lucra de las formas de vida, de sus dinámicas de interacciones personales y afectivas, de

sus emociones y formas de relacionarse mediante formas de producción de representaciones en red que definen la cultura juvenil en las pantallas digitales.

## Referencias

- Bersani, Leo. (1987). Is the Rectum a Grave? *October*, 43, 197-222.
- Braidotti, Rosi (1994). *Nomadic Subjects: Embodiment and Sexual Difference in Contemporary Feminist Theory*. Nueva York: Columbia University Press.
- \_\_\_ (1997). Difference, Diversity and Nomadic Subjectivity, conferencia leída en NOISE Summer School, Dortmund, Agosto.
- Butler, Judith (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. New York and London: Routledge. Versión en castellano: (2007). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona: Paidós.
- Caruth, Cathy (1996). *Unclaimed Experience: Trauma, Narrative, and History*, The Johns Hopkins UP, Baltimore.
- De Lauretis Teresa (1989). Technologies of Gender. Essays on Theory, Film and Fiction, London: Macmillan Press, 1-30.
- Foucault, Michael (1990). *Tecnologías del yo y otros textos afines*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- \_\_\_ (1977). Conferencia El nacimiento de la medicina social, *Revista centroamericana de Ciencias de la Salud* (1977); conferencia en la Universidad del Estado de Rio de Janeiro, octubre de 1974. *Dits et Écrits*, II.
- Hollway, Wendy (1984). Gender difference and the production of subjectivity» en Julian Henriques, Wendy Hollway, Cathy Urwin, Couze Venn y Valerie Walkerdine (eds.), *Changing the Subject: Psychology, social regulation and subjectivity*. Londres; Methuen.
- Haritaworn, Jin; Kuntsman, Adi y Posocco, Silvia. (2014). *Queer necropolitics*. Londres: Routledge.
- Hartmann, P., V. Apaolaza, J. He, J. M. Barrutia, C. Echebarria (2016). The Relationship between Gratifications from Social Networking Site Use and Adolescents' Brand Interactions, en G. Christodoulides, A. Stathopoulou y M. Eisend, *Advances in Advertising Research* (Vol. VII).
- Jones, Owen (2013). Chavs. *La demonización de la clase obrera*. Madrid: Capitán Swing.
- León Olvera, Alejandra (2019). *La Feminidad Buchona: performatividad, corporalidad y relaciones de poder en la narcocultura mexicana* (Doctoral dissertation, Alejandra León Olvera). México: El Colegio de la Frontera Norte.
- Lorde, Audre. (1982). *Zami una biomitografía. Una nueva forma de escribir mi nombre*. Madrid: Horas y Horas, 1982/2009.
- Mata-Navarro, Itzelin. (2016). Género, cuerpo y violencia. La lucha contra el estereotipo de la mujer narco en México en Ramírez Pimienta Juan Carlos y Tabuena Córdoba María Socorro (Coord.) *Camelia la Texana y otras mujeres de la narcocultura*. Culiacán, Sinaloa: UAS, 89-110.
- Muñiz, Elsa (2012). La cirugía cosmética: Productora de mundos posibles. *ESTUDIOS*, 27, 119-132.

Rich, Adrienne (1996). Heterosexualidad obligatoria y existencia lesbiana, *Revue d'Etudis Feministes*, 10.

Sedgwick, Eve Kosofsky (1990). *Epistemology of the Closet*. Berkeley: California UP.

Valencia, Sayak (2016). *Capitalismo gore*. México: Paidós.

Villaplana Ruiz, Virginia (2016). Tendencias discursivas: cine colaborativo, comunicación social y prácticas de participación en internet. *adComunica*, 12. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2016.12.7>

\_\_\_ (2009). Formas de violencia globalizada: género, representación y discurso. *IC Revista Científica de Información y Comunicación*, 6, 463-482.

Villaplana Ruiz, Virginia; León Olvera, Alejandra (2020) "Net-narcoculture. Discursive trends on femicide violence and youth culture in the consumption of the narcorap aesthetics versus feminist rap resistances. *The Politics of Technology in Latin America* (Volume 2). Londres: Routledge, 32-46.

\_\_\_ (2019) Transfeminidad viral en la cultura red.: memes, videoclips en la construcción social de la narcoestética buchona y choni. en Villegas J. *Comunicación, género y educación: Representaciones y (de) construcciones*, 290-297

Wittig, Monique. (2006). *El pensamiento heterosexual y otros ensayos*. Madrid: Editorial Egales, 45-58.