

NUEVAS FRONTERAS

EN EL RECLUTAMIENTO DIGITAL

Estrategias de reclutamiento del
crimen organizado en TikTok



NORTHEASTERN
— CIVIC A.I. LAB —



SEMINARIO
SOBRE VIOLENCIA Y PAZ

laboratorio
de odio y concordia.

NUEVAS : FRONTERAS

EN EL RECLUTAMIENTO DIGITAL

*Dedicado a las colectivas que, frente a la adversidad, **siguen buscando a sus desaparecidos.***



EL COLEGIO
DE MÉXICO



NORTHEASTERN
CIVIC A.I. LAB



SEMINARIO
SOBRE VIOLENCIA Y PAZ

laboratorio
de odio y concordia.

Abril, 2025 2025

Resumen ejecutivo

*Reclutamiento criminal en TikTok: una investigación documental
más de 100 cuentas activas en México*

El Seminario sobre Violencia y Paz de El Colegio de México lanza un estudio que revela cómo las redes sociales, particularmente TikTok, están siendo utilizadas por organizaciones criminales para reclutar jóvenes. El Seminario sobre Violencia y Paz, fundado por el académico Sergio Aguayo, presenta los hallazgos preliminares de una investigación que documenta más de un centenar de cuentas activas en TikTok vinculadas con actividades de reclutamiento criminal, propaganda delictiva, venta de armas y trata de personas.

Este estudio —realizado por el Laboratorio de Odio y Concordia en colaboración El Civic A.I. Lab de la Universidad de Northeastern— expone el modo en que grupos como el Cártel Jalisco Nueva Generación y el Cártel de Sinaloa usan emojis, hashtags, música, audios virales y contenido visual para atraer a jóvenes a sus filas.

Entre los hallazgos más relevantes:

- Cuentas activas promocionaban "empleos" falsos con promesas de hospedaje, pagos y entrenamiento.
- El CJNG lidera el uso de TikTok como canal de reclutamiento y propaganda, usando hashtags como #4letras, #mencho o #trabajoparalamaña.
- Se detectó el uso sistemático de emojis como 🐓, 🥷 y 🍕 como claves simbólicas para identificar facciones criminales.
- También se registró contenido dirigido a mujeres, ofreciendo apoyos a “madres solteras y estudiantes”.

La investigación se divide en dos etapas: una etnografía digital que permitió identificar patrones simbólicos en TikTok, y un análisis cuantitativo que reveló relaciones entre las variables de engagement, oferta de servicios y lenguaje utilizado.

“TikTok no es solo entretenimiento. Es también un espacio donde el crimen organizado está construyendo identidad, comunidad y promesas de pertenencia”, señala el documento.

Este trabajo se enmarca en los esfuerzos del Laboratorio de Odio y Concordia, una iniciativa del Seminario para analizar fenómenos contemporáneos de violencia, polarización y cultura criminal desde un enfoque interdisciplinario.

Para más información escribir a: violenciaypaz@colmex.mx

I. Contexto

Desde el Seminario sobre Violencia y Paz hemos documentado la actividad en TikTok de cien cuentas dedicadas al reclutamiento para distintas organizaciones criminales, así como la promoción de diversas actividades ilícitas en línea. Este documento presenta los resultados preliminares de la investigación, así como la metodología que utilizamos para localizar la información.

El pasado 5 de marzo, el colectivo Guerreros Buscadores de Jalisco denunció el hallazgo del Rancho Izaguirre en Teuchitlán, Jalisco. Este espacio aparentemente habría sido utilizado como un campo de entrenamiento y exterminio por el Cártel Jalisco Nueva Generación (CJNG), una de las organizaciones criminales más fuertes y violentas en el país. Los horrores encontrados en ese lugar pusieron a todo México a hablar de un problema que desde hace tiempo se ha venido presentando: el reclutamiento de los jóvenes por parte de organizaciones criminales.

El tema fue tratado en distintas esferas: desde las colectivas de madres buscadoras que difundían sus hallazgos y emitían declaraciones en redes sociales, los medios de comunicación que hacían públicos diversos testimonios de jóvenes sobrevivientes, las personalidades de internet que analizaban lo que se había encontrado, hasta las autoridades federales que ponían en tela de juicio la veracidad de las narrativas que se construyeron alrededor del Rancho de Izaguirre.

Diversos medios de comunicación venían anunciándolo desde hace meses: los cárteles publicaban ofertas de trabajo a través de plataformas como Facebook, Twitter y TikTok. Múltiples desapariciones de jóvenes en el Valle de México ya han sido relacionadas con ofertas de trabajo fraudulentas que consiguieron en redes sociales. Ellos tomaban un autobús hacia Jalisco para presentarse al trabajo y, al poco tiempo, no se volvía a saber de ellos.

Esta forma de operar por parte de varias organizaciones criminales fue confirmada en la Mañanera del lunes 24 de marzo del 2025, cuando Omar García Harfuch —el Secretario de Seguridad y Protección Ciudadana de México (SSPC)— presentó un informe sobre el caso de Teuchitlán. Ahí señaló como uno de los principales responsables de las actividades de reclutamiento del CJNG en Jalisco, Nayarit y Zacatecas a José Gregorio —alias “el Lastra” y “Comandante Lastra”. De acuerdo con la investigación él tenía a su cargo las actividades de adiestramiento que desempeñaban al interior del Rancho de Izaguirre.¹

Además, el área de investigación y patrullaje cibernético de la Secretaría de la SSPC investigó la actividad de diversas cuentas en redes sociales para identificar redes de reclutamiento criminales. Gracias a estos análisis, lograron identificar 39 cuentas dedicadas a temas de reclutamiento en distintas plataformas. Omar García Harfuch también mencionó que las actividades en línea de la SSPC continúan y que, más adelante presentarán solicitudes para que más perfiles sean dados de baja.²

MODUS OPERANDI

Se identificaron perfiles en la plataforma TikTok, por lo que se realizó la solicitud al proveedor de servicios de la información para realizar la baja de los mismos, lo que dio como resultado la eliminación de 39 perfiles que a continuación se enlistan:

CUENTAS

1 4letras52	11 Elite_4letrasgdlrecluta2	21 Juana_esther_1_2	31 User_7671287181943
2 Angel.estrada.4355	12 Elmorro.gn	22 Las.4.letras.ng	32 Valeriacordoba17
3 Cdn.521	13 Empresa.4.letras	23 Luis.armando.soto8	33 Wera ng
4 Chamuko_fng	14 Empresa.4.letras6	24 Mochada4letras	34 Werong6
5 Contratista dela4	15 Empresa.de.jalisc	25 Natasha.ng22	35 @elcluta
6 Csrrangel	16 Empresa_de_las_4letras	26 ng.reclu	36 @el.clutaa
7 Ear23012008	17 Evelinflorescj	27 Rcmx29	37 @el.cluta3
8 El cluta	18 Gente.nueva.de.sonora	28 Reclutamiento.ng29_3	38 @el.ken.de.cjng
9 Elminki.4lts	19 Giraso359	29 Reclutamiento_20_q	39 @werang56
10 El_vecy	20 johanapacheco978	30 Sombra.ramx	

Imagen 1. Proyección de las cuentas de plataformas y redes sociales dadas de baja por contenido sobre reclutamiento de personas para actividades de la delincuencia organizada

¹ Fuente: Omar García Harfuch (24 de marzo de 2025) Informe sobre el Rancho Izaguirre, en Teuchitlán, Jalisco [Archivo Video] <https://www.youtube.com/watch?v=-0ITuUUhOzE>

² Op. cit.

Pese a los informes del gobierno Federal, es necesario destacar que los esfuerzos del crimen organizado por ensanchar sus filas con jóvenes, no se han detenido. Esta investigación demuestra cómo las redes sociales se han convertido en un medio elemental para que las organizaciones criminales construyan identidades en línea y atraigan a nuevas personas entre sus equipos. La siguiente sección presenta la metodología que seguimos para identificar una centena de cuentas dedicadas al reclutamiento y otras actividades ilícitas en TikTok.

II. Metodología

Esta investigación fue concebida con el objetivo principal de identificar y analizar patrones de contenido y cuentas en TikTok relacionados con reclutamiento, así como examinar la correlación entre diferentes variables asociadas a las cuentas seleccionadas. Optamos por adoptar un enfoque mixto de investigación, que combina técnicas cualitativas y cuantitativas para la recopilación y el análisis de datos. La investigación se dividió en dos etapas:

Etapas 1: etnografía digital y recopilación de información

La primera consistió en realizar una etnografía digital para poder identificar palabras, canciones, hashtags y símbolos que compartieran las publicaciones sobre reclutamiento en TikTok. Esta etapa fue central para poder obtener una muestra de 100 cuentas relacionadas principalmente con reclutamiento. Recuperamos los nombres de usuario de estas cuentas, la organización criminal con la que estaban asociadas y clasificamos el tipo de contenido que producen en seis categorías:

- a)** Reclutamiento por parte de grupos delictivos
- b)** Cruces fronterizos
- c)** Invitación a negocios sospechosos
- d)** Presunta prostitución
- e)** Propaganda con temática delictiva
- f)** Venta de armas

Posteriormente enviamos la base de datos que construimos al Civic A.I Lab de Northeastern, ya que ellos tienen acceso a la Application Programming Interface (API) de TikTok. Su colaboración fue central para el desarrollo de nuestra investigación pues nos ayudaron a recopilar la información precisa sobre la actividad de estas cuentas y sus métricas de engagement. El equipo del Civic. A.I nos devolvió una base de datos estructurada que incluye variables como:

- Nombre de la cuenta
- Número de seguidores
- Número de videos publicados
- Temática predominante
- Nivel de interacción (promedio de likes, comentarios y compartidos)
- Uso de emojis particulares (NG, ninja)
- Oferta de servicios particulares (paga, entrenamiento, hospedaje)
- Otras características cualitativas relevantes

Etapas 2: Análisis cuantitativo de los datos

En esta etapa tomamos la información de las cuentas que componen nuestra muestra y llevamos a cabo análisis de estadística descriptiva para identificar patrones y correlaciones en los datos recopilados. El equipo de análisis de datos se encargó de calcular las medidas de tendencia central, también generó tablas y gráficas que nos permitieran visualizar la distribución de algunas variables —como población de interés y objetivo de la cuenta— y, por último, presentó un análisis de correlación entre distintas variables —como número de seguidores, niveles de interacción, servicios ofrecidos y engagement—.

Es preciso destacar que nuestra investigación posee diversas limitaciones metodológicas ya que, al haber recopilado la información de forma manual por personas con distintos criterios, nuestra muestra no fue aleatoria, por lo que introduce sesgo. En este sentido, no podemos

hacer inferencia sobre la población total de cuentas que realizan este tipo de actividades. Además, muchas de las cuentas que analizamos sólo estuvieron activas por un periodo corto de tiempo, ya sea porque fueron cerradas por la plataforma o eran eliminadas por los propios usuarios, lo que nos impidió hacer un muestreo retrospectivo.

Pese a nuestras limitaciones metodológicas, los hallazgos obtenidos permitieron identificar tendencias clave en la producción y consumo de contenido en TikTok dentro de la temática estudiada. Encontramos correlaciones significativas entre distintas variables y, aunque nuestra muestra puede no ser representativa nuestro análisis, ayuda a entender la magnitud del problema y a identificar patrones de comportamiento de distintas organizaciones criminales que buscan en línea "carne fresca" para sus filas.

El Seminario sobre Violencia y Paz ha determinado no enlistar las cuentas de TikTok que utilizamos como base para construir esta investigación. Esta decisión responde a una serie de criterios que enlistamos a continuación:

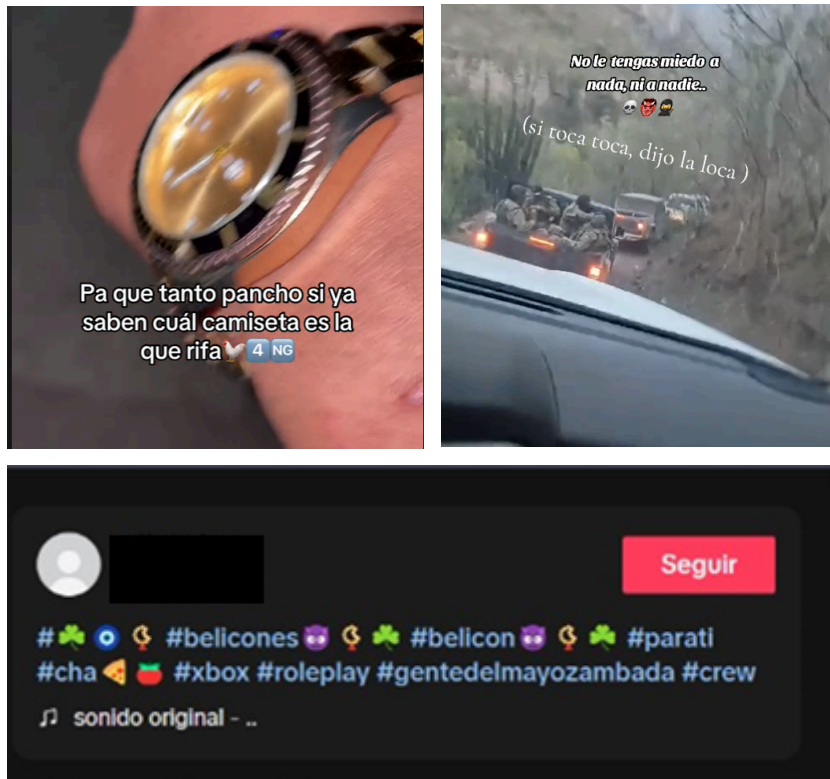
- En términos de seguridad, algunas de las cuentas que identificamos pertenecían a menores de edad, publicar sus usuarios podría exponerlos a riesgos adicionales. Además, no pretendemos revictimizar de ninguna forma a jóvenes usuarios reclutados o cooptados por el crimen organizado.
- En términos éticos, no queremos dar visibilidad a las cuentas relacionadas criminales, para evitar contribuir a la normalización de compartir contenido violento o relacionado con actividades delictivas en redes sociales.
- En términos legales, respetamos las políticas de privacidad y protección de datos personales de TikTok.

III. Presentación de resultados

A) Resultados de la etnografía digital

Las cuentas que conformaron nuestra muestra tenían referencias explícitas al crimen organizado mediante el uso compartido de expresiones, símbolos y canciones. Esta sección recupera los hallazgos más relevantes en cuanto al contenido publicado por las cuentas que identificamos durante nuestra etnografía digital.

Uno de los elementos más importantes que nos ayudó a identificar el contenido relacionado con el crimen organizado en la plataforma de TikTok fue el uso sistemático de emojis. Tanto en las descripciones de los videos, como en algunos comentarios, estos símbolos hacían referencias a la vida criminal en general o incluso eran utilizados por ciertas facciones criminales para distinguirse del resto. Algunos ejemplos de cómo se utilizaban son:



Imágenes 2, 3 y 4. Capturas de pantalla tomadas en TikTok para ilustrar el uso generalizado de emojis en distintas publicaciones relacionadas con el crimen organizado

A continuación, presentamos una selección con los emojis que predominaban en las publicaciones que pertenecían a nuestra muestra, además detallamos el contexto en que se utilizaban y el significado con el que se les asocia en redes sociales.

Tabla 1. Emojis y su uso en TikTok por el crimen organizado

Emoji	Descripción
	El emoji del ninja era uno de los más utilizados por los perfiles que encontramos. Es utilizado para representar a los ladrones o a las personas que operan para los cárteles y que aparecen encapuchados en contenido multimedia.
	El emoji del casco era utilizado en videos donde aparecían personas fuertemente armadas. A veces estas personas posaban desde camionetas y automóviles de lujo, utilizando vestimenta militar.
	El emoji de diablo a menudo era utilizado en combinación con algunos de los emojis que aparecen en esta tabla. Representa el mal.
	Este emoji representa a Namahague, un ogro japonés; sin embargo, en TikTok las personas lo utilizan como una variante del diablo. Dicha figura aparecía constantemente en las publicaciones que incorporaban canciones de Makabélico. ³
	El emoji del ojo turco, que comúnmente está asociado con la protección del mal de ojo y las malas energías, era utilizado —combinado con otros emojis de esta lista— en publicaciones donde se referenciaba directamente a “la maña”. No pudimos encontrar el significado que los usuarios asignaban a esta figura en el contexto criminal.
	El emoji de la pizza apareció sistemáticamente en las cuentas asociadas con el Cártel de Sinaloa, específicamente con la facción encabezada por Joaquín —el Chapo— Guzmán. Esta figura casi siempre era utilizada después de las letras ‘ch’ —ch 🍕— para formar la palabra “chapizza”.
	El emoji del gallo siempre figuró en las publicaciones de las cuentas reclutadoras del CJNG. En específico se utilizaba para referenciar a Nemesio Oseguera Cervantes, alias El Mencho —también apodado ‘El señor de los gallos’—, quien es el principal líder de esta organización criminal.
	El emoji con las letras NG siempre apareció en las publicaciones de las cuentas reclutadoras del CJNG. Las siglas significan Nueva Generación. A menudo este emoji era utilizado después del número 4.

Fuente: elaboración propia a partir de la información recopilada durante la etnografía digital.

³ El Makabélico es un artista cuyas producciones musicales reflejan, en un estilo urbano, las expresiones del crimen organizado y la cruda violencia en México. Algunas de sus producciones musicales son utilizadas como un estandarte por parte de miembros de organizaciones criminales en redes sociales.

Los emojis eran utilizados tanto en el video como en las descripciones; sin embargo, éstos no eran el único elemento que figuraba en las publicaciones que analizamos en nuestra muestra. Los hashtags jugaron un papel central en nuestra etnografía digital, pues nos permitieron identificar con mayor facilidad algunos perfiles y publicaciones, así como clasificarlos por temáticas. A continuación, presentamos una tabla con los hashtags más utilizados en las publicaciones que estudiamos, su significado y la organización criminal con que se asocian.

Tabla 2. Hashtags y su uso en TikTok por el crimen organizado

Hashtag	Descripción	Cártel vinculado
#gentedelmz	Estos hashtags eran utilizados para mostrar apoyo a la facción de la mayiza, del Cártel de Sinaloa . Era frecuente que aparecieran en publicaciones con narcocorridos o que promovían la vida al interior del crimen organizado.	CDS - Los mayos
#mayozambada		CDS - Los mayos
#operativamz		CDS - Los mayos
#gentedelmayozambada		CDS - Los mayos
#nuevageneración	Estos hashtags son los que tienen más presencia en TikTok. Hacen referencia al Cártel Jalisco Nueva Generación y eran utilizados sobre todo en posts de reclutamiento.	CJNG
#4letras		CJNG
#4l		CJNG
#ng		CJNG
#mencho		CJNG
#mecho (sic.)		CJNG
#señormencho		CJNG
#ElSeñorDeLosGallos		CJNG
#maña	Estos hashtags aparecían en diversas publicaciones, sin importar la organización criminal a la que pertenecieran. Hacen referencia a la vida criminal y comúnmente acompañan a publicaciones con narcocorridos e imágenes de personas fuertemente armadas.	General
#trabajoparalamaña		General
#belicones		General
#belicones		General
#fracesbelicas (sic.)		General

#makabelico_oficial	Estos hashtags están vinculados con personas que hacen música urbana que trata temas como el narcotráfico y la delincuencia organizada. Las canciones de Makabélico y Víctor Mendívil aparecen repetidamente en publicaciones, tanto de reclutamiento, como de glorificación al crimen.	General
#ondeado		General
#victormendivil		General
#makabelico		General

Fuente: elaboración propia a partir de la información recopilada durante la etnografía digital.

Otro elemento que estudiamos al realizar nuestra etnografía digital fueron las canciones y los audios que figuraban en los distintos videos. En su mayoría se trataba de música norteña, corridos, corridos tumbados o hip-hop que trataban directamente el tema del crimen organizado. Algunos de los audios hacían referencias a cárteles específicos, mientras que otras hablan de la vida criminal en general. Gracias a esta investigación pudimos armar un breve catálogo de canciones que figuran en contenido sobre crimen organizado en TikTok que presentamos a continuación. Cabe destacar que no todos los usuarios que utilizan estos audios están incorporados a alguna organización criminal, hay un gran volumen de videos en donde las personas nada más se graban disfrutando de esta música sin hacer más referencias a los grupos criminales.

Tabla 3. Canciones y audios vinculados con el crimen organizado en TikTok

Canción	Artista	Cártel Mencionado
Pura Gente del Mencho	Revolver Cannabis	CJNG
Cartel de Jalisco	El Komander	CJNG
Los Cuatro de las Cuatro Letras	Los Alegres del Barranco	CJNG
El Señor de la Virgen	Los Plebes del Rancho	CJNG
El 03	Fuerza Regida	CJNG
Gente del General	Fuerza Regida	CJNG
El Mayo Zambada	Los Tucanes de Tijuana	Cártel de Sinaloa
JGL	La Adictiva	Cártel de Sinaloa
El Azul	Edén Muñoz	Cártel de Sinaloa
Sanguinarios del M1	Movimiento Alterado	Cártel de Sinaloa

Canción	Artista	Cártel Mencionado
Comandante Toro	Beto Vega	CDG vs. CJNG
Tropa del Infierno	Diferentes intérpretes	CDN
El Señor Guzmán	El Komander	Cártel de Sinaloa
Culiacán vs. Jalisco	Lenin Ramírez	CDS vs. CJNG
El Corrido del Flaco	Lenin Ramírez ft. Fuerza Regida	CJNG
Pacas de a Kilo	Chalino Sánchez	General
Fierro por la 300	Lenin Ramírez	CDS
Mafia Nueva	Grupo Arriesgado	CDS
El Gallito	Fuerza Regida	CJNG
SU CASA	Peso Pluma	CJNG
GTA II	Jasiel Núñez	CJNG
El 3	Ian Córdova	CJNG
Tierno	Ian Córdova	CJNG
El 3 mil del Barco	Cyklon	CJNG
El Plumas	Víctor Mendívil	CJNG
Sound de Barrio	Música de Narcos	General
Pecado en el espejo	Los Tucanes de Durango	General
El Caguamo del CJNG	Desconocido	CJNG
Furia Blanca	Desconocido	CJNG
Hay Peda	Manci Maka	CJNG
Soy el Rebelde	Pitufo BDA y Choko JG	CJNG
El Fer CJNG	El Pitbull LDK	CJNG
En El Radio Un Cochinerio	Kinto Sol	General
Un Scar	Jesús Chairez	General
El Muchacho	Fuerza Regida	General
El mayor de los Ranas	Víctor Valverde y JR Torres	General

Fuente: elaboración propia a partir de la información recopilada durante la etnografía digital.

Finalmente, muchos de los videos que formaron parte de nuestra muestra incorporaban elementos visuales que rendían el contenido atractivo para su público objetivo. Las imágenes y los formatos de video variaban entre las distintas cuentas; sin embargo, algunos elementos que encontramos repetidamente fueron:



Imágenes 5 y 6. Capturas de pantalla tomadas en TikTok para ilustrar imágenes en donde figuran la Santa Muerte y personas realizando actividades de halconeo para una organización criminal.

- Imágenes o videos donde personas escuchan cómo hablan a través de radios. Este contenido puede hacer referencia a las actividades de halconeo que desempeñan algunos de los reclutados para distintas organizaciones criminales. (ver imagen 6)
- Imágenes donde aparece la muerte. (ver imagen 5)



Imágenes 7 y 8. Capturas de pantalla tomadas en TikTok para ilustrar imágenes en donde figuran un diablo rojo y una camioneta de lujo junto a un mensaje de reclutamiento.

- Imágenes de un diablo rojo, aparentemente vinculado con Makabélico. Algunos videos que incorporaron esta imagen también señalaban estar vinculados con el Cártel del Noreste. (ver imagen 7)
- Imágenes o videos de personas en automóviles y camionetas de lujo. Ocasionalmente éstos aparecían en convoyes, realizando actividades de patrullaje en zonas urbanas o adentrándose en espacios abandonados. (ver imagen 8)

Si bien el análisis que llevamos a cabo durante nuestra primera etapa de la investigación no comprende todas las expresiones de crimen organizado en TikTok, sí nos permite esbozar ideas sobre cómo se componen las identidades criminales en redes sociales y de qué manera se manifiestan. En la siguiente sección presentamos de manera somera los resultados del estudio cuantitativo que realizamos para identificar patrones de comportamiento en una escala mayor.

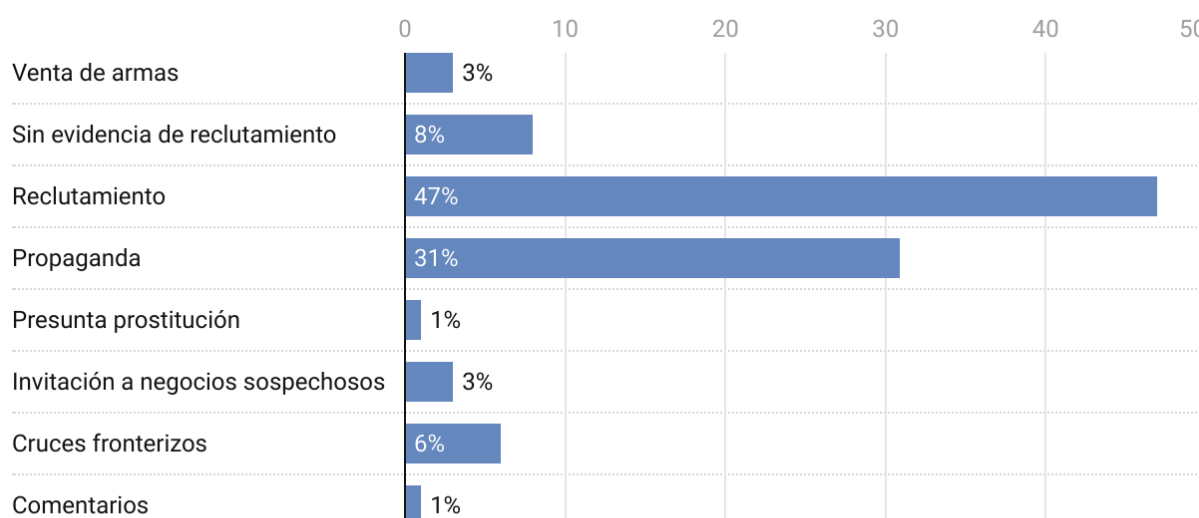
B) Resultados del análisis cuantitativo

Esta sección presenta un análisis de datos sobre actividades de reclutamiento y propaganda en TikTok. Aquí examinamos categorías de contenido, población objetivo y otras características mediante visualización de datos. Además, presentamos un análisis de correlaciones que nos permite ver de qué manera interactúan las variables de nuestro interés. Antes de comenzar resulta pertinente establecer ciertas consideraciones:

1. Correlación no implica causalidad: Es necesario algún estudio adicional para determinar relaciones causales.
2. Las correlaciones entre 0.2 y 0.4 deben interpretarse con cautela, ya que pueden ser influenciadas por factores externos no incluidos en la matriz.
3. Las correlaciones entre -.1 y .1 sugieren independencia estadística

Nuestro proceso de selección de datos estuvo encaminado principalmente a identificar cuentas dedicadas al reclutamiento; sin embargo, al final terminamos incorporando a usuarios que promocionaban otro tipo de actividades criminales. (ver figura 1)

Figura 1. Función de las cuentas vinculadas con el crimen organizado en TikTok

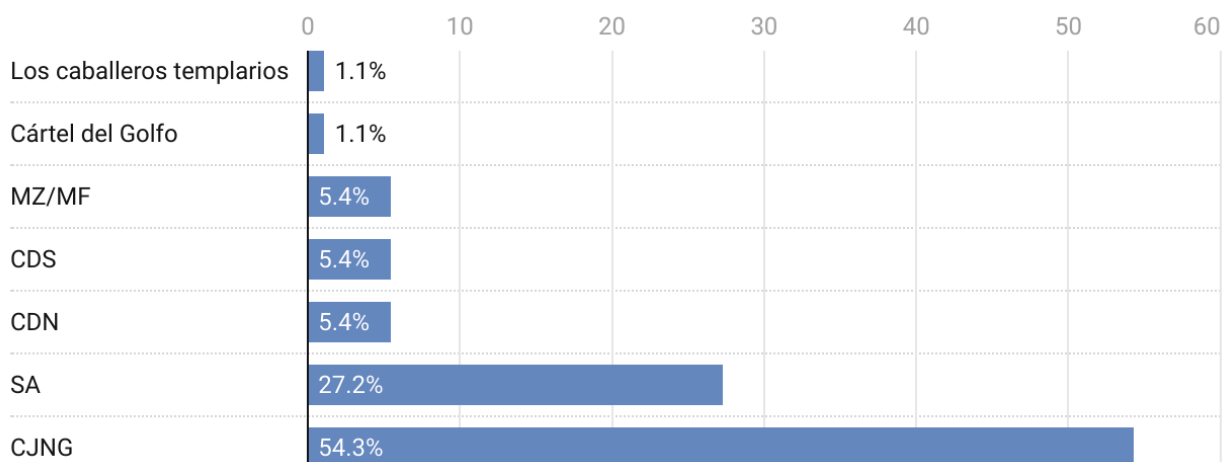


Fuente: elaboración propia a partir de información recopilada con el API de TikTok.

De las 100 cuentas que conformaron nuestra muestra, el 47% realizaban actividades de reclutamiento explícito. El segundo rubro con más cuentas fue el de propaganda (31 %); es decir cuentas que activamente promocionaban el nombre de una organización criminal mediante música y otros símbolos, pero que no eran utilizadas con fines de reclutar a más jóvenes. Además, encontramos otro tipo de cuentas —invitación a negocios sospechosos— que ofrecían dinero fácil a cambio de unirse a trabajos lucrativos, pero que no utilizaban ningún símbolo que los relacionara con el crimen organizado; para proveer más información solicitaban que les enviaras mensaje privado. Finalmente, encontramos cuentas que, sin vincularse directamente con alguna organización criminal, ofrecían productos y servicios ilegales como armas (3 %) o traslado de migrantes a través de la frontera con Estados Unidos (6 %).

A lo largo de nuestra investigación encontramos que la organización criminal con mayor presencia era el Cártel Jalisco Nueva Generación, que ocasionalmente aparecía bajo el nombre de “las cuatro letras” o “la empresa de Jalisco”. Sin embargo, también encontramos presencia de otras organizaciones criminales (ver figura 2).

Figura 2. Grupos criminales vinculados con las cuentas estudiadas en TikTok

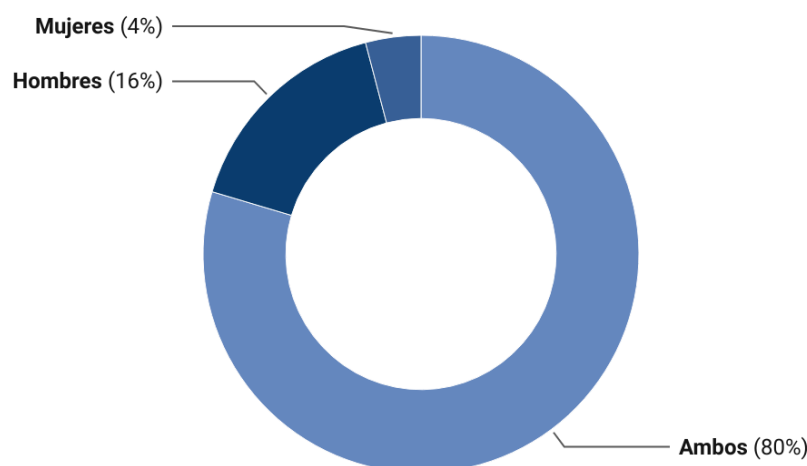


Fuente: elaboración propia a partir de información recopilada con el API de TikTok.

En la gráfica superior, la categoría que figura como “SA” significa sin alusión a una organización criminal específica. Como podemos apreciar, esta fue la segunda categoría más numerosa en nuestra muestra, lo que indica que mucho del contenido que hace alusión al crimen organizado en TikTok no necesariamente es promovido por facciones en concreto. Por otra parte, la actividad de otros grupos, como el Cártel de Sinaloa (CDS) —tanto la facción de los chapos como la de los mayos (MZ/MF)— y el Cártel del Noreste (CDN) era mucho menor en comparación con la del CJNG. Cabe destacar que, en el caso del CDS, los videos de reclutamiento estaban a orientados a crear equipos en un videojuego llamado Roblox. No sabemos si ese medio se ha convertido en un canal de reclutamiento para audiencias todavía más jóvenes.

Tratamos de identificar si el contenido de reclutamiento en TikTok estaba destinado a audiencias en específico o si, por ejemplo, las estrategias de reclutamiento eran diferentes para los hombres y para las mujeres (ver figura 3). En nuestra muestra casi el 80% de los videos recopilados apelaban a ambas audiencias, mientras que alrededor del 16% estaban dirigidos directamente a los hombres. Los esfuerzos de reclutamiento para mujeres, aunque tuvieron menor presencia en nuestra muestra, sí eran diferentes de las categorías anteriores. A menudo se trataba de cuentas manejadas por mujeres que ofrecían apoyos a “madres solteras y estudiantes” para que pudieran salir adelante.

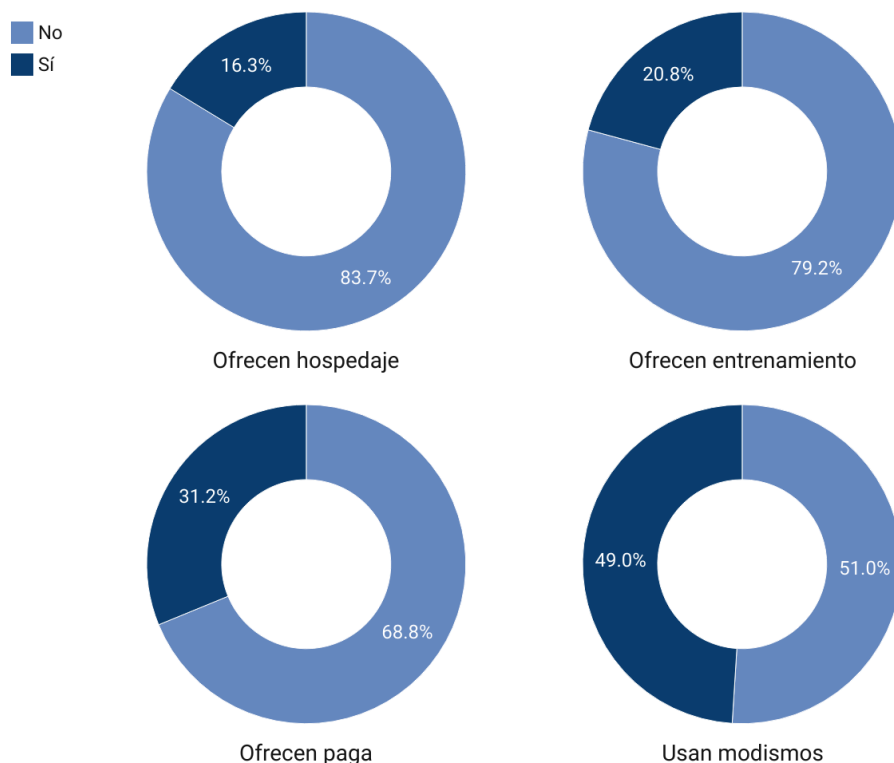
Figura 3. Audiencias objetivo de los videos de reclutamiento en TikTok



Fuente: elaboración propia a partir de información recopilada con el API de TikTok.

También realizamos un análisis que nos permitió identificar algunos elementos en los videos de las cuentas que formaron parte de nuestra muestra para ver con qué frecuencia aparecían en las publicaciones sobre crimen organizado en TikTok. Nos enfocamos en los que podrían ser estrategias para cautivar a mayores audiencias: ofrecer hospedaje o una casa a cambio de incorporarse a las fuerzas del cártel, entrenamiento para los nuevos reclutas y salarios atractivos. Por otra parte, también exploramos el uso de modismos, hashtags y emojis en las descripciones de los videos recopilados. La figura 4 ilustra la proporción de publicaciones en que pudimos encontrar estos elementos. Cabe destacar que estos gráficos se realizaron tomando en consideración las descripciones de los videos; es necesario que podamos procesar el contenido de las imágenes y videos par tener resultados más concretos.

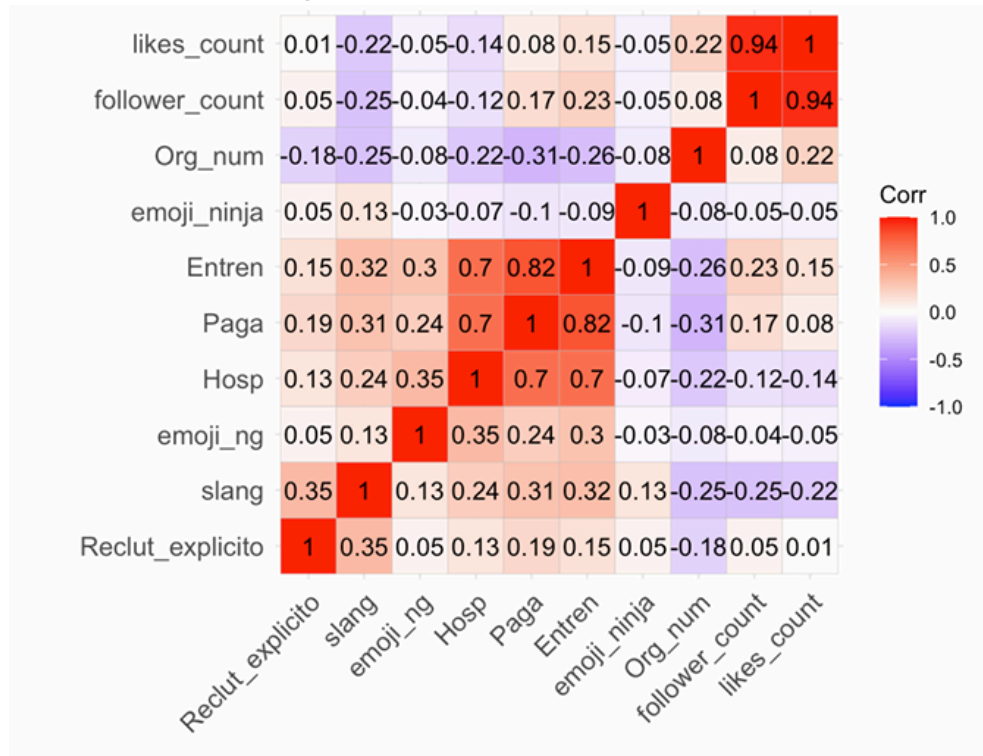
Figura 4. Estrategias de atracción de audiencias identificadas



Fuente: elaboración propia a partir de información recopilada con el API de TikTok.

Finalmente formamos una matriz de correlaciones (figura 5) para poder ver cómo se interrelacionan las variables que son de nuestro interés. A continuación, se desglosan los significados de las relaciones más importantes para nuestro estudio:

Figura 4. Matriz de correlación



Fuente: elaboración propia a partir de información recopilada con el API de TikTok.

Correlaciones positivas fuertes (0.7-1.0)

1. likes_count y follower_count (0.94): Relación extremadamente fuerte que indica que el número de seguidores y likes están íntimamente vinculados. Esto sugiere que el tamaño de la audiencia determina en gran medida la interacción mediante likes.
2. Paga y Entren (0.82): Correlación muy alta que indica una fuerte asociación entre los pagos y los entrenamientos, sugiriendo que los entrenamientos suelen estar monetizados. Hosp, Paga y Entren (0.7): El hospedaje muestra correlaciones fuertes con pagos (0.7) y entrenamientos (0.7), formando un triángulo de variables altamente relacionadas

Correlaciones negativas moderadas/débiles

En general, no hay correlaciones negativas fuertes (mayores a -0.5), lo que sugiere ausencia de relaciones inversas significativas entre las variables estudiadas.

Análisis por grupos

1. Engagement likes_count y follower_count (0.94): Forman un clúster de engagement claramente definido. Ambas métricas muestran correlaciones positivas débiles con Org_num (0.22 y 0.09 respectivamente). Correlaciones negativas débiles con slang (-0.22 y -0.25), Hosp (-0.14 y -0.12) y prácticamente nulas con Reclut_explicito (0.01 y 0.05).
2. Servicios Paga, Entren y Hosp: Forman un triángulo con correlaciones muy altas entre sí (0.7-0.82). Este grupo muestra correlaciones moderadas con emoji_ng (0.24-0.35) y slang (0.24-0.32). Correlaciones débiles con Reclut_explicito (0.13-0.19). Correlaciones negativas débiles con Org_num (-0.2 a -0.28) y métricas de engagement (-0.12 a -0.14 con likes_count).
3. Comunicación Slang y Reclut_explicito (0.35): Correlación moderada positiva. emoji_ng: Correlaciones moderadas con Hosp (0.35) y Entren (0.3). emoji_ninja: Muestra correlaciones débiles con todas las demás variables, sugiriendo un uso independiente

Estrategia de atracción de seguidores

1. La correlación negativa entre slang y engagement (likes_count -0.22, follower_count -0.25) sugiere que el uso de lenguaje como “la maña” o “belikon” podría no ser efectivo para atraer seguidores o generar likes.
2. Las variables de servicios (Hosp, Paga, Entren) también muestran correlación. Sin embargo, Reclut_explicito tiene su correlación más fuerte con slang (0.35), sugiriendo que el reclutamiento explícito tiende a utilizar más lenguaje como el mencionado anteriormente.

3. Las correlaciones fuertes entre Hosp, Paga y Entren (todas ≥ 0.7) sugiere un modelo de negocios donde estos servicios se ofrecen conjuntamente.

IV. Conclusiones y pasos a seguir

Las redes sociales se han convertido en terreno fértil para las organizaciones criminales que, en un contexto de mayor violencia y competitividad —tanto entre grupos delictivos como en contra del Estado—, han buscado aproximarse a las juventudes para incorporarlas a sus filas. TikTok, al ser una red social con menor moderación de los contenidos respecto a otras plataformas digitales, ha facilitado que el crimen organizado utilice ese espacio digital para construir nuevas identidades que se hacen presentes a través de imágenes, emojis, hashtags y canciones compartidas. De esta manera, el crimen organizado logra permear hacia las juventudes mexicanas, con las promesas de pertenecer a un grupo en donde serán aceptados y donde podrán recibir "mejores oportunidades para su desarrollo futuro".

Para limitar este fenómeno, es imprescindible tomar conciencia de cuáles son los procesos de reclutamiento de las organizaciones criminales y por qué, quienes se ofrecen voluntarios para integrarse como sicarios han decidido seguir ese camino. En este sentido, resulta prudente encaminar una investigación que identifique los elementos que hacen que un joven sea vulnerable frente al crimen organizado para poder tomar medidas más concretas. Por lo pronto, el entorno familiar y escolar son claves para poder dialogar con las juventudes sobre los riesgos que pueden enfrentar si no hacen un uso responsable de sus redes sociales.

Desde el Laboratorio de Odio y Concordia continuaremos los esfuerzos por entender de cerca el fenómeno y poder diseñar políticas públicas efectivas para que nuestros jóvenes dejen de ser carne de cañón para el crimen organizado.



C EL COLEGIO
M DE MÉXICO



NORTHEASTERN
— CIVIC A.I. LAB —



SEMINARIO
SOBRE VIOLENCIA Y PAZ

laboratorio
de odio y concordia.