



IMSIS
International Master
Security, Intelligence
& Strategic Studies



**Erasmus
Mundus**

#CartelTikTok: How Drug Cartels Utilise Social Media

August 2023

University of Glasgow: 2486717T

Charles University: 47459870

**Presented in partial fulfilment of the requirements for the Degree of
International Master in Security, Intelligence and Strategic Studies**

Supervisor: Rhys Crilley

Date of Submission: 11/08/2023



University
of Glasgow



UNIVERSITÀ
DI TRENTO



CHARLES
UNIVERSITY

Abstract

Mexican drug cartels have become some of the most powerful organisations in the world. Contrary to most scholarship, I argue that drug cartels are not political organisations but rather function as criminal enterprises like private companies, as their main objective is a quest for profit. Like any profit-led enterprise, cartels have specific objectives, strategies, actions, and actors that help augment their profit and power. To achieve their objectives, cartels utilise branding strategies, referred to throughout this dissertation as *narco branding*. Narcobranding can consist of in-person strategies carried out by cartel members or others related to their activities or online content through posting videos, creating digital communities, or using social media. This dissertation focuses exclusively on the use of social media, specifically TikTok, by Mexico's two most important cartels: the Sinaloa Cartel and the Cartel Jalisco Nueva Generación. This research found that through using TikTok, cartels intend to garner legitimacy, recruit new members, and demonstrate their power to achieve greater objectives. The most popular actions and actors within social media that contribute directly or indirectly to cartels' strategies are known as *narco-influencing*. I analysed 250 TikTok videos and the elements that integrate their visual composition and overall branding purpose.

Resumen

Los cárteles de drogas mexicanos se han convertido en algunas de las organizaciones más poderosas del mundo. Contrario a la mayoría de las investigaciones, argumento que los cárteles de drogas no son organizaciones políticas, sino que funcionan como empresas criminales similares a compañías privadas, ya que su principal objetivo es la búsqueda de beneficios económicos. Como cualquier empresa dirigida por el lucro, los cárteles tienen objetivos específicos, estrategias, acciones y actores que ayudan a lograr el gran objetivo de aumentar sus ganancias y poder. Para alcanzar sus objetivos, los cárteles utilizan estrategias de marca, lo que en esta tesis se denomina "narcobranding". El narcobranding puede consistir en estrategias llevadas a cabo en persona por miembros del cártel u otras personas relacionadas con sus actividades, o en contenido en línea a través de la publicación de videos, la creación de comunidades digitales o el uso de redes sociales. Esta investigación se centra exclusivamente en el uso de las redes sociales, específicamente TikTok, por los dos cárteles más importantes de México: el Cártel de Sinaloa y el Cártel Jalisco Nueva Generación. Este estudio encontró que a través del uso de TikTok, los cárteles tienen la intención de obtener legitimidad, reclutar nuevos miembros y demostrar su poder para lograr sus objetivos mayores. Las acciones y actores más populares en las redes sociales que contribuyen directa o indirectamente a las estrategias de los cárteles se conocen como "narco-influencers". Para ello, analicé 250 videos de TikTok y los elementos que integran su composición visual y propósito general de marca.

Keywords: TikTok, social media, Mexican cartels, CJNG, Cartel de Sinaloa