



# ‘Influencers’ mexicanos en la mira: La narcoguerra en Sinaloa también se libra en las redes sociales

El secuestro de Nicole Pardo, ‘La Nicholette’, en Culiacán, engrosa la lista de jóvenes portavoces de mensajes de los carteles bajo la lupa de las autoridades y de grupos rivales

**ERIKA ROSETE**

México - 25 ENE 2026 - 03:30 CST

La *influencer* Nicole Pardo Molina, una joven de 20 años de edad, más conocida como *La Nicholette*, tenía 16 años cuando pagó 5.000 dólares para que un grupo de regional mexicano le compusiera un corrido. *La muchacha del salado*, de Grupo Arriesgado, se convirtió rápidamente en un éxito y le ayudó, según contó ella misma, a que sus negocios de venta de pulseras y prendas de vestir despegaran. El pasado 20 de enero, mientras Pardo Molina viajaba en su Tesla Cybertruck —personalizado en color lila— en una plaza comercial de Culiacán, Sinaloa, fue secuestrada por al menos tres jóvenes armados que, según las imágenes grabadas por su vehículo, se la llevaron por la fuerza en un coche blanco, sin dejar rastro. El secuestro de la joven, hallada con vida este sábado, ha encendido las alertas ante el aumento de creadores de contenido que sirven como altavoces del crimen organizado. Especialmente del Cartel de Sinaloa, cuya guerra interna ha dejado a los *influencers* en medio del fuego cruzado entre los herederos de los otrora socios Joaquín *El Chapo* Guzmán e Ismael *El Mayo* Zambada desde hace casi año y medio en ese Estado.



La Nicholette, una joven con doble nacionalidad (mexicana y estadounidense) que [ha sido localizada este fin de semana](#) tras cuatro días desaparecida, tiene perfiles en Instagram, TikTok, Snapchat, Twitch, YouTube y en la plataforma de contenido para adultos Only Fans, en las que reúne cientos de miles de seguidores que han ido en aumento desde que las imágenes de su rapto se hicieron virales. En sus videos, que se popularizaron desde 2018, pero que comenzó a realizar desde 2015, y en los que la joven hablaba únicamente en inglés, muestra algunos de sus viajes dentro y fuera de México, su estilo de vida y la promoción de productos y marcas que en años recientes ya eran de su propiedad.

En una entrevista para un canal de YouTube, en 2023, Pardo Molina contó que tras la pandemia por la covid-19 decidió abandonar el colegio, en Estados Unidos, y que con el dinero ahorrado de su fiesta de 15 años compró pulseras en Los Ángeles que luego vendió y que ayudó para iniciar su vida como emprendedora. El entrevistador la felicitó, y le reconoció que siendo tan joven fuera ya “un ejemplo” de éxito.

En la mayoría de sus videos, La Nicholette no promovía explícitamente a ninguna agrupación delincuencial, sin embargo, en ciertos momentos deslizó referencias a integrantes del Cartel de Sinaloa (CDS) y, en algunas grabaciones recientes de su negocio de gorras, supuestas alusiones a integrantes de ambas facciones en disputa, Los Chapitos y La Mayiza, eran visibles en las prendas.

En Sinaloa, [tras la captura, en julio de 2024, de Ismael El Mayo Zambada](#), planeada por uno de los hijos de Joaquín *El Chapo* Guzmán, se libra una guerra por el control del CDS que se ha extendido al terreno de los generadores de contenido como La Nicholette. En las horas posteriores a su secuestro, comenzaron a circular mensajes en redes, presuntamente firmados por “Empresa MF” (de la facción de los hijos del Mayo), en los que se advierte a los involucrados que, de seguir secuestrando mujeres, se desquitarán con hermanas, esposas, e hijas, porque, se lee en el mensaje, “las mujeres son más fáciles de ubicar”.

## **En la mira de grupos rivales y de las autoridades**

Pardo Molina es solo el nombre más reciente de una larga lista de personas que han sido asesinadas por mostrarse abiertamente partidarios de uno u otro lado en la narcoguerra de Sinaloa. Entre enero y agosto de 2025, al menos cinco *influencers* fueron asesinados en medio de la disputa entre las facciones del cartel. Antes, en 2024, cuando comenzaron los enfrentamientos en ese Estado, otro



generador de contenido, Leobardo Aispuro, conocido como *El Gordo Peruci*, fue asesinado a tiros junto con su esposa, en Culiacán.

Entre los nombres más sobresalientes de esa lista están los de los integrantes del clan familiar de Los Toys, que tiene entre sus filas al más famoso y líder del grupo, Marcos Eduardo Castro Cárdenas, conocido como *Markitos Toys*. De acuerdo con una investigación revelada por el medio *Pie de Nota*, al influencer le fue retirada la visa estadounidense probablemente desde 2023, por una investigación por presuntos [vínculos con el Cartel de Sinaloa](#). En marzo de 2025, uno de los integrantes del grupo, el hermano de Markitos, Gail Toys, de 32 años, [fue asesinado a tiros en Ensenada, Baja California](#).

Markitos Toys y sus allegados, que presumen en sus publicaciones una vida ostentosa, viajes y coches de lujo, se han referido de Néstor Isidro Pérez Salas, *El Nini*, —identificado por las autoridades como el jefe de seguridad de Los Chapitos— como un “gran amigo”, e incluso [es uno de los cantantes del corrido Me dicen Nini](#), una alegoría dedicada a Pérez Salas lanzada en 2022.

En enero del pasado año, cientos de panfletos fueron soltados desde una avioneta en Culiacán en la que se señalaba a los hermanos Castro, Marcos Eduardo, Gail, Kevin, y a la esposa de este último, Ana Gastélum, al cantante [Peso Pluma](#) y a otros *influencers* como parte de una red de lavado de dinero para Los Chapitos.

En esa misma línea, una investigación publicada en 2025, reveló que la Unidad de Inteligencia Financiera (UIF) en México, investiga a 64 influencers, principalmente de Sinaloa, por ser los mensajeros de los carteles y formar parte de un entramado que ayuda a lavar dinero del narco y de financiar la guerra en Sinaloa.

## **La narcoaspiración**

Para la académica Ainhoa Vásquez, especialista en cómo el narcotráfico se ha instalado en la vida de países como México, y autora de *Narcocultura: Masculinidad precaria, violencia y espectáculo* (2024), el fenómeno de las redes sociales como terreno de disputa del narcotráfico no es ni nuevo ni actual. Y recuerda que Twitter —ahora X— sirvió en sus inicios para “coronar” los éxitos de las empresas del narco: “Era como un alarde que los negocios habían resultado bien”.

Vásquez recuerda que, posteriormente, Instagram sirvió para mostrar los estilos de vida llenos de lujos y excentricidades y para revelar una narcoestética que incluía



armas, animales exóticos, autos de lujo y mujeres. YouTube, por otro lado, se convirtió en la plataforma “más violenta”, al ser una herramienta que los delincuentes usaban, sobre todo, para mostrar las formas en las que amedrentaban a sus enemigos. “Cada una de las redes sociales han servido históricamente para mostrar un tipo de perspectiva de lo que es la vida en los carteles. Y lo que pasa actualmente, que sí es novedoso, [es lo que sucede en TikTok](#), donde muchas de estas personas no están involucradas directamente con el narcotráfico, pero sí sirven para hacer propaganda”.

La autora recuerda, por ejemplo, uno de los primeros nombres que juntaron la palabra *influencer* y narcotráfico, entre 2014 y 2019 —el año en el que murió, a los 32 años—: Claudia Ochoa Félix, *La emperatriz de los Ántrax*, en alusión a su presunto vínculo al mando del grupo armado Los Ántrax —del CDS— tras la detención de su pareja sentimental, el narcotraficante José Rodrigo Aréchiga Gamboa, *El Chino Ántrax*.

## **Una deuda con los más jóvenes**

La irrupción de más plataformas y su popularización ha atraído a jóvenes que, deseosos de fama y visibilidad, terminan [vinculándose con grupos del narcotráfico](#). Para Vásquez, este fenómeno es también una muestra de la crisis de la meritocracia que se vive actualmente en el mundo y de una “deuda” que la sociedad tiene con las generaciones más jóvenes.

Ya no son jóvenes marginados, deseosos de abandonar la pobreza. Los estragos de la pandemia por la covid-19 o la denominada *Guerra contra el narcotráfico* en México, durante el sexenio de Felipe Calderón (2006-2012), además de la precariedad de la vida a la que se enfrentan las nuevas generaciones, han hecho que la ingenuidad y la frivolidad primen en la toma de sus decisiones. “Se involucran en este mundo porque solo ven las ventajas que pueden tener a nivel capitalista, y no ven los peligros que conlleva meterse en un mundo así, aunque sea de manera tangencial, son muy inocentes”, dice Vásquez.

Y recuerda el caso [Juan Luis Lagunas Rosales, El pirata de Culiacán](#), un joven *influencer* asesinado en 2017, a los 17 años. “No sé si él pensaba que los carteles no se iban a meter con él, o que porque era un chico que se veía bastante inofensivo, no corría peligro, y terminó siendo asesinado presumiblemente por El Mencho [Nemesio Oseguera, líder del Cartel Jalisco Nueva Generación]”.



La académica asegura que actualmente países como México viven un grave escenario de juvenicidio, entre las causas de esta situación, la académica señala el auge de los narcocorridos y en el sentimiento que dejó tras de sí la *Guerra contra el narco*. “Los jóvenes eran acusados de ser narcotraficantes, o de estar involucrados con el narco, y se volvieron sujetos de violencia y de asesinato. Creo que los músicos y los cantantes de narcocorridos lo que hicieron fue convertirse en estos sujetos peligrosos que la opinión popular había hecho creer que eran. Ahora vemos esta otra parte de lo mismo, de mostrarse, de hacerse visible, pero ya no desde el lado peligroso, sino desde el lado del deseo. De ser un ejemplo a seguir, pero también no deja de ser un llamado de visibilización, una necesidad de atención que pasa por la juventud que tiene que ver con la invisibilización de los jóvenes”.

['Influencers' mexicanos en la mira: La narcoguerra en Sinaloa también se libra en las redes sociales](#)  
[| EL PAÍS México](#)