

PRIMERA

# A LA CAZA DE 57 MILLONES ■ DE VOTOS ■

TikTok es una de las redes sociales más usadas por los mexicanos, por lo que algunos políticos la aprovechan como una forma de acercarse a los votantes rumbo a los comicios de 2024. / 11

# POLÍTICOS APROVECHAN TIKTOK EN MÉXICO



## USAN LA RED SOCIAL de videos cortos y largos para atraer a los más jóvenes y hacer campaña

### SHEINBAUM Y EBRARD, CON MAYOR PRESENCIA

POR AURA HERNÁNDEZ

**T**ikTok tiene en México más de 57.5 millones de usuarios activos, lo que la sitúa entre las redes sociales más utilizadas en el país y en una oportunidad para los políticos de darse a conocer entre las nuevas generaciones.

Un reciente estudio de Buzzmonitor encontró que la red social china se posiciona en el quinto puesto de las plataformas similares más utilizadas por los mexicanos, mientras que datos de la Asociación de Internet MX la ubica en el séptima posición.

Independientemente de ello, TikTok ha registrado un crecimiento anual de 25% y poco más del 14% de sus usuarios se ubican entre los 16 y 64 años.

Lo anterior a pesar de los problemas que enfrenta TikTok en Estados Unidos donde las autoridades analizan prohibirla porque la consideran como un riesgo de seguridad nacional. Esto último porque se teme que su dueña, la china ByteDance, podría estar compartiendo información sensible de sus usuarios con el Partido Comunista Chino, aunque hasta el momento no hay pruebas de ello.

Esta situación no parece impactar en otras regiones, ya que el estudio de Buzzmonitor tam-

bién halló que las personas en el mundo utilizan TikTok en promedio una hora y, si bien, nació para temas de entretenimiento se ha convertido en un canal de comunicación para empresas y otro tipo de contenido.

### LLEGAN LAS CORCHOLATAS

Algunos políticos mexicanos ya tienen presencia en TikTok para acercarse a los votantes, particularmente rumbo a las elecciones presidenciales de 2024.

Entre los políticos con mayor número de seguidores y que son aspirantes a la candidatura presidencial de Morena se encuentran Marcelo Ebrard y Claudia Sheinbaum.

El ex secretario de Relaciones Exteriores cuenta con cerca de 1.2 millones de seguidores en TikTok y tiene 27.5 millones de Me Gusta en sus videos, en los cuales mezcla la comedia siguiendo las tendencias de la red social como escuchar las canciones de Peso Pluma y discursos sobre lo que quiere lograr en el país.

Por su parte, la anterior jefa de gobierno de la Ciudad de México también tiene aproximadamente 1.2 millones de seguidores y 24.9 millones de Me Gusta en sus videos, en los que utiliza menos comedia

que su rival a la candidatura, pero hace retos y muestra su recorrido por México.

Otras "corcholatas" de Morena también tiene presencia en TikTok como Ricardo Monreal y Gerardo Fernández Noroña, pero con un número de seguidores muy por debajo en comparación a Sheinbaum y Ebrard.

En lo que respecta a los partidos de oposición, también se encuentran en el análisis de quiénes serán los candidatos presidenciales, con nombres como Mauricio Vila, gobernador de Yucatán, y la senadora Lilly Téllez, quienes ya se bajaron de la contienda.

Entre quienes podrían ser elegidos se encuentra la senadora Xóchitl Gálvez que sí tiene presencia en TikTok con más de 31.4 mil seguidores y 630 mil Me Gusta en sus videos.

### ¿QUÉ DICE TIKTOK DE LA POLÍTICA?

**Excélsior** consultó a TikTok sobre su posición ante campañas y contenido político, la cual indicó que hay Normas de la Comunidad muy específicas sobre este tema.

La red social aceptó que es una plataforma de entretenimiento donde las personas conectan con contenidos, comparten sus historias y las experiencias de otros usuarios. Dichas historias pueden abarcar varios aspectos de sus vidas, incluyendo eventos de nuestro contexto actual como las elecciones y los temas políticos.



“Sin embargo, como lo señalan nuestras normas de la Comunidad, prohibimos todo tipo de publicidad política incluyendo campañas gubernamentales, anuncios relacionados a elecciones, promoción de figuras o cualquier tipo de campaña con intereses políticos”, detalló TikTok.

Por lo mismo, las cuentas pertenecientes a políticos y partidos políticos tienen automáticamente desactivado el acceso a las funciones publicitarias, lo que ayuda a aplicar de forma más eficaz esas normas.

Esta prohibición a la publicidad política también incluye a los creadores de contenido, es decir, a los que se les puede llegar a pagar directamente por hacer contenidos políticos

Adicionalmente, los anuncios en TikTok no pueden hacer referencia, promover ni oponerse a personas que ostenten un cargo público o candidatos al mismo, líderes políticos actuales o anteriores, partidos ni organizaciones políticas.

Mientras que los llamados a la acción por parte de organizaciones sin fines de lucro o agencias gubernamentales solo se permiten si no responden a ningún motivo político partidista.





