



USAN TIKTOK 'CORCHOLATAS' PARA PROMOCIÓN

ÉRIKA HERNÁNDEZ

Rumbo al 2024, los aspirantes a la Presidencia han echado mano de la plataforma TikTok.

Marcelo Ebrard es un asiduo usuario y el que más éxito tiene, con más de un millón de seguidores. En sus videos parodia algunos momentos públicos en su labor como Canciller y exhibe imágenes con el Presidente Andrés Manuel López Obrador.

Mientras que la Jefa de Gobierno, Claudia Sheinbaum, cuenta con 861 mil 300 seguidores en la plataforma, y en ella difunde actos de Gobierno. No obstante, sus videos resultan con poses más estudiadas.

Adán Augusto López, titular de Segob, no tiene una cuenta formal, pero sus simpatizantes han creado cuentas de apoyo. Por ejemplo, Momento 4T, con 159 mil seguidores.

En tanto, la senadora Lily Téllez, con 55 mil seguidores, usa la plataforma para criticar a López Obrador y a Morena.

Recientemente, el panista Santiago Creel abrió su cuenta. Registra 73 mil seguidores. El ex candidato presidencial Ricardo Anaya tiene 19 mil simpatizantes, y el Alcalde de Monterrey, Luis Donald Colosio, 23 mil.



CORCHOLATAS
EN TIKTOK

Intensifican 'corcholatas' su presencia

Utilizan Tiktok; evaden candado

Anunció red social que no aceptará anuncios pagados de los políticos

ÉRIKA HERNÁNDEZ

En busca de posicionarse rumbo a la elección presidencial de 2024, las llamadas 'corcholatas' de todos los partidos han incrementado su presencia en la plataforma TikTok.

Han recurrido a todo: parodias de sí mismos, simular entrevistas para mostrar su vida privada, acoplar canciones a circunstancias concretas o resaltar cualidades.

Quien más empeño ha puesto es el Canciller Marcelo Ebrard, cuya cuenta siguen más de un millón de usuarios.

Suele hacer parodias de momentos públicos y privados y usa elementos dirigidos a jóvenes, por lo que ha recibido 21.7 millones de 'likes'.

La Jefa de Gobierno de la Ciudad de México, Claudia Sheinbaum, cuenta con 861 mil 400 simpatizantes. Ella ha optado por transmitir cápsulas sobre su actividad gubernamental, pero también coloca videos sobre su vida privada y en otros intenta ser graciosa.

En total, registra 15.5 millones 'me gusta'.

El Secretario de Gobernación, Adán Augusto López, no tiene una cuenta, pero se han creado algunas que lo promueven, como Momento 4T, la cual tiene 159 mil seguidores, y 3.3 millones de "likes".

El senador Ricardo Monreal ya también incursionó en la plataforma, pero apenas tiene 15 mil simpatizantes.

Recientemente, el panista Santiago Creel abrió su cuenta, tiene 74 mil seguidores, y publica mensajes en los que critica al Presidente.

La senadora Lily Téllez, también con sólo 55 mil seguidores, usa la plataforma para criticar a López Obrador y a Morena.

Otros anotados en la lista como 'corcholatas' tienen cuentas, pero interactúan poco, como el ex candidato presidencial, Ricardo Anaya, con 19 mil simpatizantes, y el Alcalde Luis Donald Colosio, con 23 mil fans.

De los priistas, Enrique de la Madrid también tiene pocos seguidores, unos 12.8 mil. Suele entrevistar a ciudadanos y critica las políticas de la 4T.

La senadora Beatriz Paredes ha incrementado su presencia en esta red, la siguen 10 mil personas, y habla sobre temas polémicos.

Por su parte, su homóloga, Claudia Ruiz Massieu, busca mayor presencia. En sus cápsulas se presume como "Claudia, la buena" y con apenas 8 mil simpatizantes, critica políticas públicas, habla de su vida personal y propuestas para un mejor país.

LA PROHIBICIÓN

Frente a la actividad de aspirantes y sus seguidores rumbo a la elección presidencial de 2024, la plataforma determinó que no aceptará anuncios políticos pagados.

En el apartado de Propaganda Política, establece los límites de los anuncios difundidos en esta red: no pueden hacer referencia, promover ni oponerse a personas que ostenten un cargo público o candidatos al mismo, líderes políticos actuales o anteriores, partidos políticos ni organizaciones políticas.

Tampoco, aclara, pueden incluir contenido relativo a temática local, estatal o federal de importancia pública.

"Los llamados a la acción por parte de organizaciones sin fines de lucro o agencias gubernamentales sólo se permiten si no responden a ningún motivo político partidista", indica la plataforma.



ESCAPARATE

En México, la plataforma digital TikTok tiene 51.3 millones de usuarios activos.



INCURSIÓN VIRTUAL



53.7%

DE USUARIOS TIENEN ENTRE

14 y 20 años

según el estudio "Cómo usan TikTok los mexicanos".

■ Marcelo Ebrard, Claudia Sheinbaum, Adán Augusto López -de forma indirecta-, y Santiago Creel utilizan esta red social.

■ Para las elecciones intermedias de 2021, la plataforma lanzó una guía electoral para conectar a usuarios con información del INE.

