

CLASE 2

TIKTOK EN LA MIRA

COMUNICACIÓN Y POLÍTICA EN 60 SEGUNDOS

MINISTERIO DE
COMUNICACIÓN PÚBLICA



GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE
BUENOS AIRES

Introducción

En la primera clase de éste curso analizamos el origen de TikTok, vimos la particularidad de su algoritmo y su potencial adictivo. Así nos terminamos centrando en la principal franja etaria de la red, los jóvenes de entre 15 y 25 años (aproximadamente); hablamos de su consciencia algorítmica y el uso que hacen de TikTok como motor de búsqueda.

Finalmente cerramos con datos duros que muestran que esta red es hoy la segunda en favoritismo, la tercera en uso, y la primera en tiempo empleado en ella (todo dentro de Argentina). Sin duda delineamos un fenómeno que ya no podemos calificar como novedoso y que requiere que le prestemos urgente atención desde la comunicación institucional.

En esta segunda clase pasamos al costado más práctico del asunto. Veremos estudios de cuentas de referentes locales e indagaremos sobre usos en municipios de todo el país.

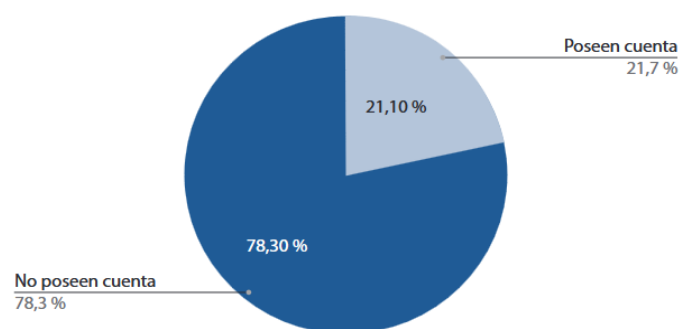
Tik Tok y la política local

Los estudios sobre TikTok y la política en nuestro país no abundan. Uno de lo más referenciados data de diciembre de 2022, y fue publicado en la revista TSAFIQUI con el título “Una radiografía del uso de TikTok en Argentina”¹.

Para el artículo se analizaron distintos líderes nacionales que incluyeron: presidente, vicepresidenta, 23 gobernadores, Jefe de Gobierno de CABA y los 23 intendentes de las ciudades capitales de cada una de las provincias. Además se sumaron a las y los 258 diputados nacionales y a las y los 72 senadores.

Los resultados de ese momento, que hoy a dos años y medio probablemente ya han cambiado, nos hablaban de un escenario en el **que 78.3% de las y los dirigentes analizados no poseían cuenta de TikTok.**

Porcentaje de dirigentes que poseen o no cuentan con TikTok



El relevamiento de Ariza y Torres analiza TikTok con criterios básicos como “presencia en TikTok” y cantidad de seguidores. Aunque TikTok no prioriza seguidores o “me gusta” para posicionar contenidos, el estudio pinta un panorama de la política local y el uso de la red.

De aquel recorte de quienes sí poseen cuenta (unos 82 dirigentes), sólo ocho tenían más de 10 mil seguidores. El promedio de los 74 restantes era de 911 seguidores por cuenta. Si se analiza el ranking de quienes más *followers* detentaban se verá **primero (cómodo) a Javier Milei (entonces Diputado) con 853 mil, seguido por Horacio Rodríguez Larreta (entonces Jefe de Gobierno) con 487 mil.** Tercera, lejos, con un 5% de los seguidores de Milei, María Eugenia Vidal (42 mil).

De todas maneras las autoras del artículo advierten que “el hecho de que un político posea una cuenta en TikTok o acumule una gran cantidad de seguidores no implica necesariamente que haga un uso frecuente de esta red social”. Según señalan, su relevamiento demuestra que los dirigentes que se suman a TikTok no necesariamente generan contenidos de forma asidua (sólo 39% había publicado en el último mes).

1. Ariza, A., March, V. y Torres, S. (2022). “Una radiografía del uso de Tik Tok en Argentina”, Revista Tsafiqui, 12, pp 29-39. Disponible en: <https://www.aacademica.org/andrea.ariza/20.pdf>

Por último cierran comentando respecto a los jóvenes que **“este público está abierto a recibir a los políticos, pero siempre que les hablen en su idioma”**. Es decir que hay que estar en la red, hacer uso de ella, y emplear un idioma cercano para nuestros interlocutores. Todo un desafío que la política argentina está aún lejos de abordar.

Dirigentes políticos argentinos con más de 10 mil seguidores

Dirigente político	Cargo	Cantidad de seguidores ¹
Javier Gerardo Milei	Diputado CABA	853.4K
Horacio Rodríguez Lacreta	Jefe de Gobierno CABA	487K
María Eugenia Vidal	Diputada CABA	42.9K
Martín Terraz	Diputado CABA	33.6K
Diego Santilli	Diputado Buenos Aires	24.2K
Victoria Villarruel	Diputada CABA	20.6K
Facundo Manes	Diputado Buenos Aires	18.4K
Luis Alfredo Juez	Senador Córdoba	11.9K

Si bien no pueden atribuirse capacidades premonitorias a las redes sociales, sí sorprende cómo la popularidad de dirigentes como Javier Milei y Victoria Villarruel se cristalizó primero en TikTok antes de encontrar correlación en medios tradicionales.

Aunque el artículo no profundiza en el tipo de contenidos compartidos por las cuentas de estos políticos, sí deja clara la falta de uso de la red. La mayoría de las y los referentes relevados no poseen cuenta de TikTok, y quienes sí tienen cuenta no la usan con regularidad. Por otro lado, con el diario del lunes se puede caer en la tentación de encontrar una correlación entre la popularidad del dirigente con mayor cantidad de seguidores, Javier Milei, y su éxito en las elecciones presidenciales de 2023.

Si bien no es posible establecer una correlación entre TikTok y los resultados electorales, sí puede suponerse que **las redes sociales en general (y esta en particular) reflejaban ya en 2022 un humor social que ni medios ni dirigentes interpretaban en ese entonces**. TikTok es, sin duda, una red social a la que prestar atención desde la política.

TikTok y gobiernos locales, casos testigo

Para entender un poco más qué está sucediendo con TikTok a nivel de cuentas municipales relevamos a las 23 capitales del país y sus contrapartes digitales. En primer lugar distinguimos que **16 de 23 (70%) poseen un perfil activo en la red social china**. Con ese recorte indagamos en los contenidos publicados, cantidad de me gusta, lenguaje de los posteos, etc.

Si bien se trata de un relevamiento generalista, consideramos que sirve como ejemplo para ver qué están haciendo otras localidades con su uso de TikTok. Como notarán aún no existen criterios claros sobre qué hacer y qué evitar, aunque al menos podemos destacar cómo el uso de esta plataforma se va expandiendo en cuentas institucionales.

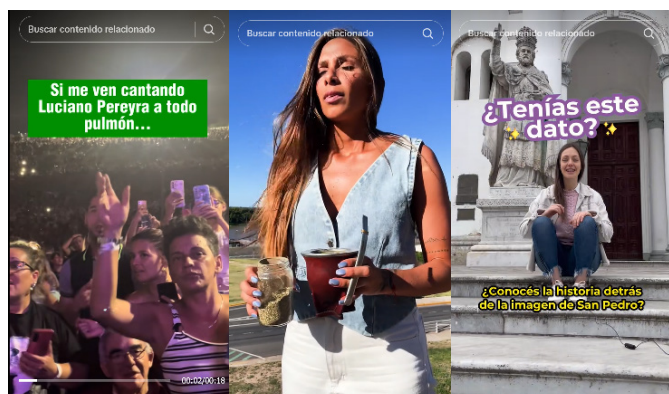
San Fernando del Valle de Catamarca - @municatamarca

Actividades en la ciudad, efemérides, actos de gobierno, servicios para los vecinos y campañas de prevención. Estilo descontracturado, sin presencia de funcionarios. El TikTok con más visualizaciones muestra la procesión de la virgen del Valle². A destacar quizás la temática de éste video popular citado. En cualquier otra cuenta tal vez la temática no parecería la que más atrae al público joven, pero en éste caso el contexto histórico y cultural de la ciudad justifican largamente el éxito del video. Buen ejemplo para tener en cuenta que no necesariamente en TikTok hay cosas que funcionan y cosas que no, siempre depende del contexto y los públicos.

Córdoba - @municba

Promociona turismo, actividades de la ciudad y servicios del municipio. Utiliza como

2. “Miles de devotos de diferentes puntos del país...”, @municatamarca en TikTok. Disponible en: https://www.tiktok.com/@municatamarca/video/7310416139245374726?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7375562788691920389



Los contenidos sobre espectáculos musicales, festividades regionales y secciones con datos curiosos (e historia) son protagonistas en cuentas de gobiernos locales. Imagen: TikTok @MuniParaná

protagonistas a jóvenes influencers locales y no hay presencia de funcionarios. Su publicación más vista es sobre la apertura del Parque la Biodiversidad³, espacio que antes era un zoológico y fue reconvertido. Además, entre los últimos videos de la cuenta encontramos uno sobre el boleto educativo cordobés, un buen ejemplo de temáticas en las que un municipio debe aparecer (recordando lo que hablamos la clase pasada sobre el uso de TikTok como nuevo motor de búsqueda para los jóvenes).

Corrientes - @municorrientes

Promociona turismo, difunde actividades de gestión y eventos de la ciudad. También comparte curiosidades vinculadas a la historia local. Su TikTok más visto alude al sentimiento de pertenencia correntino con imágenes aéreas de la ciudad⁴.

Paraná - @muniparana

Difunde eventos en la ciudad, gestión del municipio, campañas de prevención y

turismo. Cuenta con sección “¿tenías este dato?” en la que comparten curiosidades históricas de la ciudad. El formato de este envío puede resultar interesante porque apela a público interno con la curiosidad histórica, como a público por fuera del municipio comentando una curiosidad relacionada a un atractivo casi turístico. Su TikTok más visto es sobre la Fiesta Nacional del Mate y la presencia de Luciano Pereyra⁵.

Formosa - @formosatuciudad

Difunde campañas del municipio y guías de trámites. Contenidos distendidos para promocionar el turismo y actividades locales. Utilizan influencers jóvenes de la ciudad. Sus TikTok más vistos son sobre la Fiesta del Río, Mate y el Tereré⁶. Ya a esta altura es claro que la temática “fiestas locales” es una de las que genera más tracción en las cuentas de TikTok de gobiernos locales.

San Salvador de Jujuy - @munijujuy

Eventos de la ciudad, actos de gobierno, efemérides, trámites y servicios para las y los vecinos. Utilizan una conductora para algunos de sus contenidos. Presencia del intendente en videos de gestión (algo poco usual en estas cuentas analizadas). Su TikTok más visto es sobre la Fiesta Nacional de los Estudiantes con testimonios de una de sus reinas⁷.

La Rioja - @municipiocapital

Difunde campañas municipales, actividades locales y gestión (pero sin tanta presencia de funcionarios). Usan una conductora/influencer para protagonizar muchos

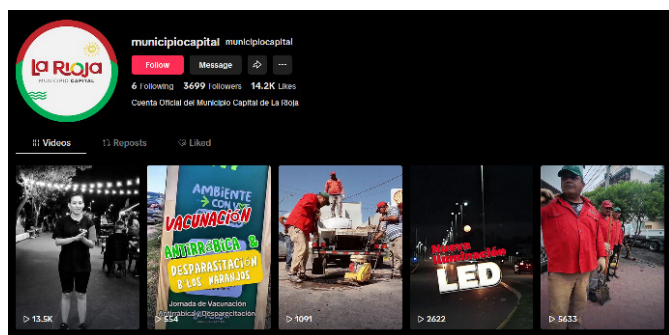
3. “Donde antes funcionaba el ex zoológico de Córdoba...”, @municba en TikTok. Disponible en: https://www.tiktok.com/@municba/video/7233585833473871109?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7375562788691920389

4. “¡Llegamos!”, @municorrientes en TikTok. Disponible en: https://www.tiktok.com/@municorrientes/video/6982204518591220998?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7375562788691920389

5. “Es justo donde quiero estar”, @muniparana en TikTok. Disponible en: <https://www.tiktok.com/@muniparana/video/7469105349946035511>

6. “□□”, @formosatuciudad en TikTok. Disponible en: <https://www.tiktok.com/@formosatuciudad/video/7467265422035881222>

7. “Representante Capital 2023”, @munijujuy en TikTok. Disponible en: <https://www.tiktok.com/@munijujuy/video/7280013465178098949>



Los contenidos sobre espectáculos musicales, festividades regionales y secciones con datos curiosos (e historia) son protagonistas en cuentas de gobiernos locales. Imagen: TikTok @MuniParaná

videos. Su TikTok más visto es sobre el carnaval y la chaya⁸.

Posadas - @muniposadas

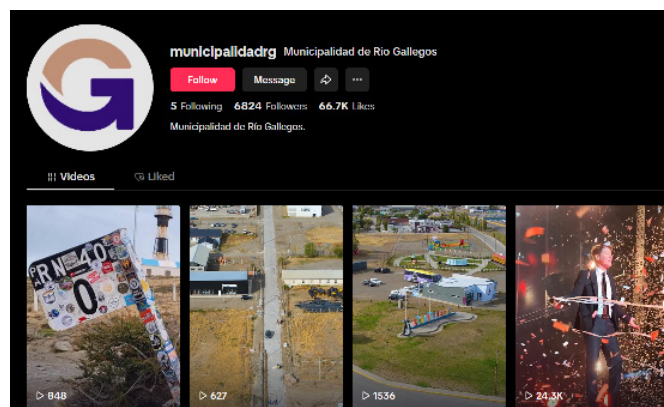
Difunde fiestas y eventos de la ciudad, campañas de prevención. Usa tendencias para sus TikToks y sale de propuestas más tradicionales de contenidos. Su posteo más visto alude a Malvinas y muestra distintos artistas que hablan del tema en sus canciones⁹.

Neuquén - @munideneuquen

Difunde actividades municipales, efemérides, campañas de prevención. Sin presencia de funcionarios. Su TikTok más visto comparte una receta para desayunos sin TACC con motivo del mes de la celiacía¹⁰.

Salta - @municipalidadesalta

Usa listas de reproducción para agrupar publicaciones. Difunde gestión municipal, actividades de la ciudad, campañas de



Después de tres meses sin publicaciones, la cuenta de Río Gallegos volvió a la actividad. Resta esperar si retomarán secciones de 2024 como "salgamos del tupper".

prevención. Emplea conductores/influencers para sus contenidos. Su TikTok más visto refiere a desmalezado de baldíos¹¹.

Río Gallegos - @municipalidadrg

Difunde actividades recreativas de la ciudad, campañas de prevención. Foco en jóvenes. Sección "salgamos del tupper" con resumen de noticias. Su TikTok más visto es sobre el cierre de una de las noches de la fiesta por el aniversario de la ciudad, que contó con la actuación de Ulises Bueno¹².

Santa Fe - @santafecapitalok

Campañas del municipio, eventos de la ciudad, gestión. No hay estilo uniforme, por momentos usan influencers, por momentos lengua de señas, pero sin consistencia ni continuidad. Su TikTok más visto difunde capacitaciones ambientales gratuitas en la ciudad¹³.

8. "¡Llegó febrero y desde la Muni lo sabemos! Feliz febrero! Feliz chaya!", @municipiocapital en TikTok. Disponible en: <https://www.tiktok.com/@municipiocapital/video/7466504228089974021>

9. "De los pibes de Malvinas que jamás olvidaré", @muniposadas en TikTok. Disponible en: https://www.tiktok.com/@muniposadas/video/7217423884231003397?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7375562788691920389

10. "¡Mirá hasta el final este desayuno libre de gluten", @munideneuquen en TikTok. Disponible en: https://www.tiktok.com/@munideneuquen/video/7366422999634857222?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7375562788691920389

11. "Intervenimos en terreno baldío en mal estado", @municipalidadesalta en TikTok. Disponible en: https://www.tiktok.com/@municipalidadesalta/video/7347718180858629381?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7375562788691920389

12. "La noche cerró con el show de @Ulises Bueno", @municipalidadrg en TikTok. Disponible en: https://www.tiktok.com/@municipalidadrg/video/7449616783922711813?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7375562788691920389

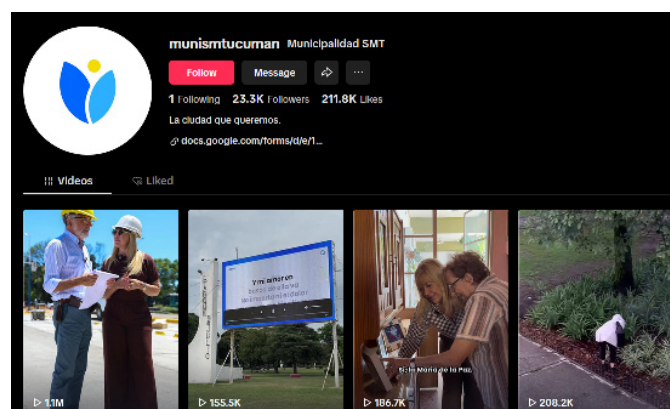
13. "Sumate a las capacitaciones ambientales...", @santafecapitalok en TikTok. Disponible en: https://www.tiktok.com/@santafecapitalok/video/7348414757256334598?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7375562788691920389

Santiago del Estero - @sgociudad

Actividades en la ciudad, efemérides, campañas de prevención. Gestión sin foco en funcionarios. El TikTok más visto celebra el aniversario de la ciudad con imágenes de sus festejos¹⁴.

Ushuaia - @ushuaiamunicipalidad

Sólo cuenta con dos TikToks por el momento (ambos de 2024). El más visto de ambos ape- la al trend “soy de ____ y es obvio que”¹⁵.



Nada indica que en TikTok deba transmitirse gestión sin presencia de funcionarios, pero la plataforma brinda la oportunidad de buscar alternativas a la difusión tradicional de estilo gacetilla. La cuenta de San Miguel de Tucumán parece aun anclada en los formatos de otras redes.

San Miguel de Tucuman - @munismtucuman

Difusión de trámites y medios de contacto para la ciudadanía, gestión de la intendenta (mucha presencia de ella), resúmenes de gestión, actividades. El TikTok más visto muestra a la intendenta Rossana Chahla supervisando obras¹⁶.

TikTok y la Provincia

El gobierno de la provincia de Buenos Aires estrenó su cuenta de TikTok en febrero de 2021, cuando aún no se había cumplido un año del inicio de la pandemia de COVID-19. De la mano de tal fenómeno la cuenta ayudó a generar un vínculo con las y los jóvenes para impulsar la campaña de vacunación.

Siempre con un lenguaje audiovisual dinámico, a tono con la red, los contenidos comenzaron con formatos pre producidos, difundiendo campañas de la provincia (campaña #ABCD¹⁷, por ejemplo). En los meses iniciales los contenidos estuvieron casi totalmente centrados en #Vacunate.

Paulatinamente, y con el descenso del protagonismo de la pandemia fueron sumándose otros temas de gestión (como Juegos Bonaerenses¹⁸). En este primer año también se jugó con la presencia de protagonistas jóvenes en los videos, dejando clara la franja a la que apuntaba la cuenta¹⁹.

A nivel institucional provincial la cuenta de PBA es una de las primeras que se sumó a TikTok en Argentina. Su objetivo inicial fue impulsar la campaña de vacunación por el COVID-19 apuntando a un público joven.

Aunque se fueron empleando de a poco sonidos propios de TikTok, a tono con las

14. “¡Feliz cumpleaños madre de ciudades!, @sgociudad en TikTok. Disponible en: https://www.tiktok.com/@sgociudad/video/7395829967566818566?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7375562788691920389

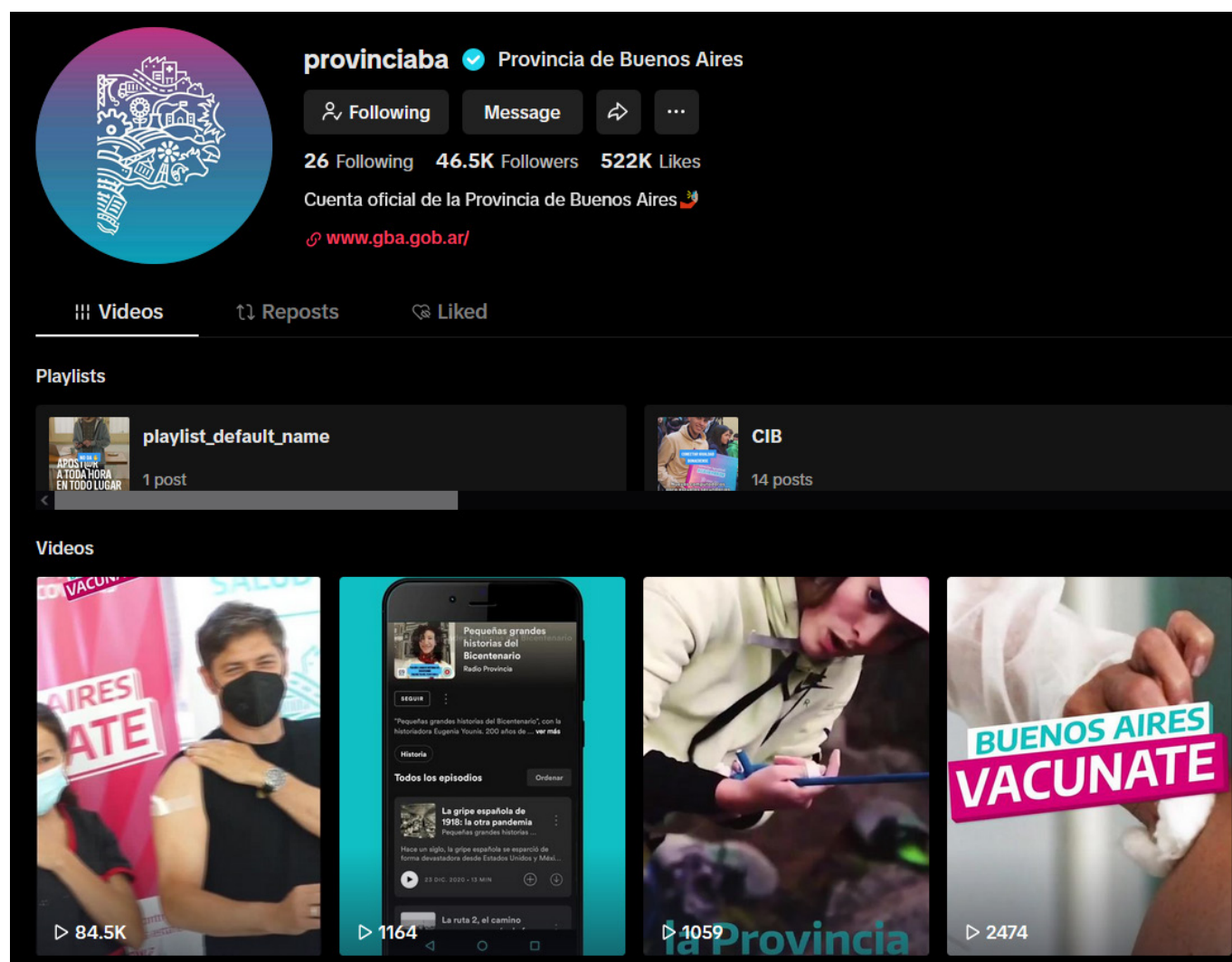
15. “Y a vos, ¿Qué te identifica como Ushuaiense?”, @ushuaiamunicipalidad en TikTok. Disponible en: https://www.tiktok.com/@ushuaiamunicipalidad/video/7411651149733940485?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7375562788691920389

16. “La intendente @Rossana Chahla supervisó las obras...”, @munismtucuman en TikTok. Disponible en: https://www.tiktok.com/@munismtucuman/video/7455487727342030085?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7375562788691920389

17. “Seguí los pasos del #ABCD para ganarle al coronavirus...”, @provinciaBA en TikTok. Disponible en <https://www.tiktok.com/@provinciaba/video/6933283969656098054>

18. “Conocé un poco más a los participantes de los Juegos Bonaerenses 2021”, @provinciaBA en TikTok. Disponible en: <https://www.tiktok.com/@provinciaba/video/7008530642073947397>

19. “¡#Ey! Te contamos 5 cosas que tenés que saber sobre los viajes de fin de curso”, @provinciaBA en TikTok. Disponible en: <https://www.tiktok.com/@provinciaba/video/7024507863913565446>



A nivel institucional provincial la cuenta de PBA es una de las primeras que se sumó a TikTok en Argentina. Su objetivo inicial fue impulsar la campaña de vacunación por el COVID-19 apuntando a un público joven.

tendencias²⁰, los contenidos en 2021 aún eran preproducidos por fuera de la app. De esta manera no era posible encontrar de manera orgánica los videos de esta cuenta desde la pestaña de sonidos de la red (al figurar todos como “sonido original”).

A comienzos de 2022 se impulsó la temporada de verano con contenidos vinculados a la app Recreo. En ese sentido se aprovechó la presencia de artistas que realizaron conciertos gratuitos para la difusión de actividades²¹.

También este año la cuenta de Provincia comenzó (ahora sí) con la utilización de sonidos de TikTok. Así se potenció la viralidad orgánica de los contenidos, que ahora podían ser encontrados navegando por los sonidos en tendencia²².

A destacar es que en estos primeros años el protagonismo de los videos fue casi enteramente de las y los jóvenes que actuaban en ellos, y en pocas ocasiones figuraba el Gobernador de la provincia. Los principales

20. “Empezó el verano y #Recreo se puso #ATR”, @provinciaBA en TikTok. Disponible en: <https://www.tiktok.com/@provinciaba/video/7049105219765931270>

21. “@Estani en vivo el 19/1 en Mar Del Tuyú 🇦🇷, sacá tu entrada gratuita en la app #ReCreaPBA”, @provinciaBA en TikTok. Disponible en: <https://www.tiktok.com/@provinciaba/video/7054606889576860934>

22. “¿Hay algo más rico que comer churros de la costa bonaerense? 🍩🍩🍩”, @provinciaBA en TikTok. Disponible en: <https://www.tiktok.com/@provinciaba/video/7055765917485042950>

contenidos en 2022 se centraron en propuestas para jóvenes (cursos del ministerio de trabajo, juegos bonaerenses, viajes de fin de curso, etc), siempre con videos descontracturados²³, aprovechando audios virales (y con algún copy alusivo a alguna política pública o programa de la provincia²⁴).

Esta tendencia se mantuvo en 2023: difusión de actividades de verano (con contenidos enlatados y descontracturados por igual), temáticas de géneros y deconstrucción²⁵, formación y capacitación²⁶, ambiente, viajes de fin de curso, entrevistas laborales, etc. Siempre aprovechando audios virales y con protagonismo de las y los actores jóvenes ya mencionados.

En cuanto a los contenidos enteramente de gestión también se intentó alejarlos de las miradas de redes tradicionales²⁷. Con audios virales y ediciones dinámicas se difundieron

logros de gestión de manera diferenciada a las publicaciones de Facebook y Twitter.

Por ejemplo, en casos de entregas de viviendas se acompañó a las adjudicatarias, sin presencia de funcionarios en el video, dejando que la imagen transmita la emotividad de la situación al tiempo que se complementaba el contenido con un audio viral alusivo²⁸.

En 2024 se empezó a priorizar contenidos sin protagonistas jóvenes, centrados más en gestión²⁹, pero manteniendo el lenguaje de la red³⁰ (audios virales, utilización de hashtags, etc). También se dejó de utilizar la voz en off y se priorizó el texto en pantalla.

Finalmente este año se lanzó la campaña #NoDa para concientizar sobre apuestas digitales y jóvenes, y gran parte de los contenidos salieron por TikTok³¹. La campaña continúa con videos durante 2025.



23. "#Parte1 Para vivir en Halloween no hay que alejarse mucho...", @provinciaBA en TikTok. Disponible en: <https://www.tiktok.com/@provinciaba/video/7160703903858707717>

24. "Descargá la App de @recreopba y encontrá el lugar ideal para desconectar ☑", @provinciaBA en TikTok. Disponible en: <https://www.tiktok.com/@provinciaba/video/7125141083134217477>

25. "Tenemos una Provincia sin prejuicios y con #DerechoAlFuturo" @provinciaBA en TikTok. Disponible en: <https://www.tiktok.com/@provinciaba/video/7189743490316651781>

26. "El programa PUENTES es una política para seguir construyendo..." Disponible en: <https://www.tiktok.com/@provinciaba/video/7190467326100212997>

27. ¡Ya se inauguraron 145 edificios educativos nuevos en la PBA!", @provinciaBA en TikTok. Disponible en: <https://www.tiktok.com/@provinciaba/video/7215751470392675590>

28. "Derecho al hogar ☑ Como Luciana, 30 familias de Alberti cumplieron el sueño de la casa propia", @provinciaBA en TikTok. Disponible en: <https://www.tiktok.com/@provinciaba/video/7216122879610490117>

29. "Más bonaerenses siguen cumpliendo el sueño de la casa propia", @provinciaBA en TikTok. Disponible en: <https://www.tiktok.com/@provinciaba/video/7366412200690420997>

30. "Así se ve el nuevo CAPS en Escobar" @ProvinciaBA en TikTok. Disponible en: <https://www.tiktok.com/@provinciaba/video/7391631578272730373>

31. Viciar con las apuestas #NoDa. @ProvinciaBA en TikTok. Disponible en: <https://www.tiktok.com/@provinciaba/video/7426526944142970118>

**MINISTERIO DE
COMUNICACIÓN
PÚBLICA**



**GOBIERNO DE LA
PROVINCIA DE
BUENOS
AIRES**