South American Publishing

SAP Netnography. 2025; 3:110
doi: 10.62486/net2025110

REVIEW

Social Media, Humanism, and Democracy: The Role of TikTok in the 2024 Presidential Campaign in Mexico

Redes sociales, humanismo y democracia: el papel de TikTok en la campaña presidencial de 2024 en México

Yolier Izquierdo Cuellar[1], Carlos Daniel Hernández Orozco[2]

[1]Doctorado en Comunicación, Universidad Iberoamericana Ciudad de México. México
[2]Licenciatura en Derecho y Criminología, Universidad Nacional "Rosario Castellanos". México

Cite as
Izquierdo Cuellar Y, Hernández Orozco CD. Social Media, Humanism, and Democracy: The Role of TikTok in the 2024 Presidential Campaign in Mexico. Netnography. 2025; 3:110. https://doi.org/10.62486/net2025110

Publication History
Submitted: 28-09-2024
Revised: 25-12-2024
Accepted: 01-02-2025
Published: 02-02-2025

Corresponding Author
Yolier Izquierdo Cuellar

ABSTRACT

Introduction: this article will address the use of TikTok as a political communication tool in Jorge Álvarez Máynez's presidential campaign in the 2024 Mexican elections. In the context of apathy toward traditional politics and the exponential growth of social media, TikTok is emerging as one of the main platforms in the electoral battlefield, where more than competing for ideas, it's competing for the attention of young audiences. The research is based on contributions from digital political communication, emotional technopolitics, and algorithm theory. Authors explain how digital environments reconfigure the political map, privileging aesthetics, charisma and virality over programmatic argumentation.
Method: a qualitative content analysis was carried out on thirty videos officially published on Máynez's account, between March and May 2024. The speeches, performative elements, musical and humorous resources, as well as citizen interaction were studied, paying special attention to user reception and participation.
Results: the campaign was characterized by a strategic and intensive use of the platform, with visual and emotional narratives that generated high levels of interaction. In a poorly regulated electoral environment, Máynez achieved an unprecedented communication advantage, driven by algorithms that favored performative and emotional discourses, giving her disproportionate visibility compared to her opponents.
Conclusions: TikTok doesn't democratize but rather personalizes; it doesn't equalize but fragments; and far from strengthening democratic deliberation, it displaces it toward an attention market dominated by algorithmic logic.

Keywords: TikTok; Political Communication; Mexico 2024 elections; Algorithms; Emotional Technopolitics.

RESUMEN

Introducción: el texto abordará el uso de TikTok como herramienta de comunicación política en la campaña presidencial de Jorge Álvarez Máynez en las elecciones mexicanas de 2024. En un contexto de apatía hacia la política tradicional y crecimiento exponencial de las redes sociales, TikTok se erige en uno de los principales escenarios del campo de batalla electoral, donde más que competir por ideas se compite por la atención de las audiencias jóvenes. La investigación se sustenta en los aportes de la comunicación política digital, la tecnopolítica emocional y la teoría de los algoritmos. Autores explican cómo los entornos digitales reconfiguran el mapa político, privilegiando la estética, el carisma y la virilidad sobre la argumentación programática.
Método: se realizó un análisis de contenido cualitativo de treinta videos publicados de manera oficial en la cuenta de Máynez, entre marzo y mayo de 2024. Se estudiaron los discursos, elementos performativos, recursos musicales y humorísticos, así como la interacción ciudadana, poniendo especial atención a la recepción y participación de los usuarios.
Resultados: la campaña se caracterizó por un uso estratégico e intensivo de la plataforma, con narrativas visuales y emocionales que generaron altos niveles de interacción. En un entorno electoral poco regulado, Máynez logró una ventaja comunicacional inédita, impulsada por algoritmos que favorecieron discursos performativos y emocionales, otorgándole visibilidad desproporcionada frente a sus contrincantes.
Conclusiones: TikTok no democratiza, sino que personaliza, no iguala sino fragmenta, y lejos de fortalecer la deliberación democrática, la desplaza hacia un mercado de atención dominado por la lógica algorítmica.

Palabras clave: TikTok; Comunicación Política; Elecciones México 2024; Algoritmos; Tecnopolítica Emocional.

© 2025; The Authors. This Open access article is distributed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

INTRODUCCIÓN

En las últimas dos décadas, el ecosistema de la comunicación política ha experimentado transformaciones profundas derivadas de la expansión de las plataformas digitales. Desde el uso pionero de YouTube y Facebook en las elecciones de 2006 y 2012 en México, pasando por la centralidad de Twitter (hoy X) en la discusión pública durante los comicios de 2018, hasta la irrupción de TikTok como protagonista en 2024, la política mexicana ha transitado por un proceso de creciente digitalización y mediatización de la esfera pública. Este proceso no es exclusivo de México: se enmarca en una dinámica global donde los partidos y candidatos integran plataformas digitales en sus estrategias de comunicación, buscando conectar con audiencias cada vez más fragmentadas y heterogéneas.[1,2]

En el caso mexicano, las elecciones presidenciales de 2024 marcaron un punto de inflexión en este proceso. TikTok, red social originalmente concebida para el entretenimiento juvenil mediante videos cortos y virales, adquirió una centralidad inesperada en las campañas. Candidatos de distintos partidos —entre ellos Claudia Sheinbaum, Xóchitl Gálvez y Jorge Álvarez Máynez— desplegaron estrategias específicas para posicionarse en esta plataforma, conscientes de que en ella se concentra buena parte de la atención de la Generación Z y los millennials jóvenes, sectores históricamente menos propensos a la participación política formal.[3,4,5] La pregunta clave, sin embargo, es si esta visibilidad digital se tradujo en impactos reales sobre los resultados electorales y sobre la calidad de la democracia mexicana.[6,7,8]

El debate académico en torno a este fenómeno se articula en varias dimensiones. Por un lado, la literatura optimista sostiene que redes como TikTok amplían la esfera pública digital al permitir que nuevos actores particularmente jóvenes y sectores marginados participen en la conversación política mediante lenguajes accesibles y creativos.[4] En este sentido, TikTok podría interpretarse como una extensión de la llamada "democracia conectiva", donde la acción política se vuelve más personalizada y descentralizada.[9,10,11]

En contraste, posturas más críticas subrayan que estas plataformas no democratizan automáticamente la política, pues están atravesadas por brechas de acceso, desigualdades económicas y sesgos algorítmicos. Autores como Zuboff[5] han advertido sobre el auge del "capitalismo de vigilancia", donde los datos ciudadanos se transforman en mercancía, subordinando la participación política a las lógicas del mercado digital. Asimismo, estudios sobre América Latina han mostrado que la visibilidad en redes sociales rara vez sustituye la movilización territorial, el arraigo partidista o las estructuras clientelares que siguen siendo centrales en contextos de alta desigualdad.[6,7]

Más allá de la disputa entre optimistas y críticos, un punto de consenso creciente es que la política contemporánea atraviesa un proceso de plataformización.[2] Esto implica que los repertorios de comunicación, organización y movilización se adaptan a las lógicas algorítmicas de plataformas privadas, cuyo diseño prioriza la virilidad, la emocionalidad y la segmentación personalizada. En este marco, la política no solo se comunica en redes sociales, sino que se reconfigura a partir de ellas, adoptando los formatos, lenguajes y ritmos que estas imponen. El caso de TikTok en México 2024 resulta paradigmático: la campaña electoral se transformó en una disputa por dominar tendencias, apropiarse de memes y generar interacciones virales, en ocasiones desplazando los debates sustantivos sobre programas y políticas públicas.[12,13,14]

Este fenómeno plantea tensiones relevantes para el humanismo y la democracia. Desde la perspectiva habermasiana, la esfera pública debería ser un espacio de deliberación racional e inclusiva.[8] Sin embargo, la dinámica de TikTok, basada en videos de segundos, filtros y música, cuestiona la posibilidad de un diálogo profundo y argumentado. Como señala Papacharissi[9], las redes sociales contemporáneas se caracterizan por una "performatividad afectiva", donde la visibilidad depende más de la emocionalidad y el entretenimiento que de la racionalidad deliberativa. En este sentido, el auge de TikTok invita a preguntarse: ¿puede la democracia sostenerse en entornos dominados por la brevedad, el humor y la virilidad?[15,16,17]

El caso mexicano de 2024 permite explorar estas preguntas de manera situada, pero con implicaciones globales. En Brasil, Jair Bolsonaro utilizó TikTok y otras plataformas para movilizar a sus seguidores, reforzando narrativas polarizadoras.[10] En Indonesia, las campañas electorales han incorporado TikTok como un canal central para atraer a la juventud, aunque con resultados ambiguos en términos de movilización electoral.[7] En Estados Unidos, figuras como Donald Trump y Joe Biden han recurrido a TikTok indirectamente, a través de influencers, dada la polémica en torno a la seguridad nacional de la aplicación.[11] Estos casos muestran que el debate sobre TikTok trasciende fronteras y obliga a pensar en la relación entre algoritmos, política y democracia en clave comparada.[18,19,20]

Asimismo, el auge de TikTok conecta con discusiones sobre el colonialismo de datos. Couldry et al.[12] argumentan que la captura masiva de datos por parte de plataformas globales constituye una nueva forma de extracción colonial, donde los usuarios particularmente en el Sur Global aportan información que es explotada con fines comerciales y políticos. En este marco, el uso de TikTok en México no solo debe analizarse como una innovación comunicativa, sino también como parte de un entramado transnacional de poder digital que plantea riesgos de dependencia y vulnerabilidad democrática.[21,22,23,24]

Frente a estas tensiones, algunos autores proponen un enfoque de humanismo digital,[13] orientado a salvaguardar la dignidad y la autonomía de los ciudadanos frente a la mediación algorítmica. Desde esta perspectiva, el desafío no es únicamente evaluar si TikTok suma o resta votos, sino pensar en cómo garantizar que la participación digital fortalezca la capacidad crítica de los ciudadanos, en lugar de reducirla a interacciones superficiales.[25,26,27,28] Ello requiere políticas de alfabetización digital y mediática, así como marcos regulatorios que protejan la transparencia algorítmica sin caer en formas de censura.[14]

Marco teórico

El papel de las redes sociales en la comunicación política contemporánea ha sido objeto de un intenso debate académico. Si bien existe consenso en que plataformas como Facebook, Twitter (X) y TikTok han transformado los repertorios comunicativos de actores políticos y ciudadanos, no hay acuerdo sobre el alcance real de estas transformaciones en la calidad democrática. Este marco

teórico se organiza en cinco apartados: (1) redes sociales y democracia digital, (2) plataformización y sociedad de plataformas, (3) humanismo y esfera pública en la era digital, (4) TikTok y comunicación política, y (5) polarización algorítmica y burbujas informativas. Cada sección pone en diálogo posturas optimistas, escépticas y críticas, con el fin de construir una visión compleja y ambivalente del fenómeno.

Redes sociales y democracia digital

Las redes sociales han sido interpretadas como un nuevo espacio para la democracia digital. Fuchs[15] señala que estas plataformas posibilitan una interacción directa entre élites políticas y ciudadanía, reduciendo el monopolio mediático de los grandes conglomerados de comunicación. En sintonía, Bennett et al.[4] introdujeron el concepto de democracia conectiva, donde la acción colectiva se organiza de manera descentralizada, flexible y personalizada, facilitada por tecnologías digitales. Desde esta óptica, redes como TikTok ampliarían las posibilidades de participación y deliberación.[29,30,31]

No obstante, esta visión optimista ha sido cuestionada. Brändle et al.[16] sostienen que el supuesto carácter democratizador de las redes es limitado, pues la lógica algorítmica concentra la visibilidad en discursos específicos, erosionando el pluralismo. Ekoh et al.[17] advierten que la participación política en línea está mediada por condiciones estructurales como el acceso a internet, la alfabetización digital y la desigualdad socioeconómica. En contextos marcados por brechas digitales —como México y gran parte de América Latina—, las redes tienden a reproducir exclusiones preexistentes.[32,33,34,35]

Zuboff[5], desde una mirada crítica, plantea que las plataformas digitales forman parte del capitalismo de vigilancia, donde los datos de los ciudadanos son convertidos en mercancías que se utilizan con fines comerciales y políticos. Desde esta perspectiva, la "democracia digital" se encuentra subordinada a intereses corporativos que moldean la interacción ciudadana de acuerdo con incentivos económicos y políticos, más que con principios democráticos.[36,37,38,39]

En suma, las redes sociales pueden concebirse como un campo de tensiones: si bien amplían repertorios participativos, también refuerzan desigualdades y asimetrías de poder.[40]

Plataformización y sociedad de plataformas

Un concepto clave para entender el rol de TikTok es el de plataformización. Van Dijck et al.[2] argumentan que las plataformas no son simples herramientas de comunicación, sino infraestructuras socio-técnicas que condicionan la manera en que se produce, distribuye y consume información. En este sentido, la política no solo se comunica en plataformas, sino que se adapta a sus lógicas de funcionamiento: algoritmos, métricas de visibilidad, diseño de interacción y monetización de la atención.

Chadwick[1] contribuye a esta reflexión con su noción de sistema híbrido de medios, en el cual los actores políticos combinan estrategias tradicionales (medios de comunicación masivos, movilización territorial) con dinámicas digitales (redes sociales, influencers, virilidad). El caso mexicano de 2024 encarna este modelo híbrido: aunque TikTok fue central en la campaña, los resultados electorales continuaron dependiendo de prácticas tradicionales como el clientelismo, el arraigo partidista y la movilización territorial.

Desde una mirada crítica, Couldry et al.[12] conceptualizan este proceso como colonialismo de datos, es decir, una forma de extracción global donde la información de los usuarios se apropia y utiliza sin transparencia, generando nuevas dependencias para los países del Sur Global. Aplicado a TikTok en México, esto implica que la plataforma no solo mediatiza la comunicación política, sino que inserta el proceso electoral en una dinámica transnacional de control de datos con implicaciones democráticas profundas.[41,42,43]

Humanismo y esfera pública en la era digital

La teoría de la esfera pública de Habermas[8] ha sido una referencia clásica para analizar la comunicación política. Sin embargo, su idea de un espacio de deliberación racional e inclusiva se ve desafiada en el entorno digital. Fraser[18] ya había advertido que la esfera pública no es homogénea, sino que incluye contrapúblicos subalternos invisibilizados en el modelo habermasiano. TikTok, en este sentido, puede ser leído como un espacio que amplifica voces juveniles y subalternas, pero que también fragmenta y trivializa el debate público.

Floridi[13] propone un enfoque de humanismo digital, que busca salvaguardar la autonomía y dignidad de los ciudadanos frente a la creciente mediación algorítmica. Desde una óptica cultural, Jenkins[19] celebra la emergencia de una cultura participativa en la que los usuarios no solo consumen, sino que producen y circulan contenidos políticos. No obstante, Papacharissi[9] advierte que esta participación está mediada por una performatividad afectiva, en la cual la visibilidad política depende más de la emocionalidad que de la deliberación racional.

En clave crítica, Gorokhovskaia et al.[14] muestran cómo el auge digital ocurre en un contexto de retroceso democrático global, donde la censura, la manipulación y la vigilancia socavan libertades fundamentales. Cedrún et al.[20], en un estudio sobre TikTok, sostienen que la lógica de brevedad y espectacularidad obliga a simplificar los discursos políticos, reduciendo su densidad argumentativa.

De este modo, el humanismo digital debe reconocerse como una tensión: si bien las redes amplían expresiones culturales y políticas, también degradan la calidad deliberativa y exponen a los ciudadanos a dinámicas de control algorítmico.[44,45,46]

TikTok y comunicación política

TikTok ha emergido como una de las plataformas más influyentes en la política contemporánea. Su atractivo radica en su formato breve, lúdico y altamente emocional, que conecta con la Generación Z.[7] Vijay et al.[21] sostienen que la plataforma mezcla lo político con lo humorístico, transformando la comunicación electoral en narrativas virales. Este fenómeno se inscribe en la lógica del politainment,[22] donde la política adopta las formas del entretenimiento para captar atención.[47,48,49]

Papacharissi[9] recuerda que esta dinámica de performatividad emocional no debe subestimarse: si bien puede trivializar el debate, también moldea percepciones de autenticidad y cercanía en la opinión pública. Sin embargo, investigaciones recientes muestran que esta "autenticidad" es frecuentemente diseñada por consultores digitales especializados en virilidad,[23] lo que refleja un proceso de creciente profesionalización.

En México, Tienda et al.[3] concluyen que TikTok amplió la visibilidad de los candidatos, pero no se tradujo directamente en votos. Este hallazgo coincide con McGregor[24], quien describe las redes sociales como un "termómetro de opinión", más que como un factor decisivo en elecciones. Aspinall et al.[6] añaden que la modernización tecnológica de las campañas no elimina prácticas tradicionales, sino que las adapta al nuevo entorno digital.

En síntesis, TikTok no sustituye a la política tradicional, pero constituye un complemento estratégico: ofrece visibilidad, conecta con jóvenes y democratiza la comunicación simbólica, aunque sus efectos sobre los resultados electorales sean limitados.[50,51]

Polarización algorítmica y burbujas informativas

El diseño algorítmico de TikTok plantea retos significativos. Ruhyat et al.[25] señalan que su sistema de recomendación personaliza contenidos de manera extrema, creando burbujas informativas que refuerzan creencias preexistentes. Esto coincide con la noción de cámaras de eco propuesta por Sunstein[26], que alimentan la polarización política.

Valle-Cruz et al.[27], en su análisis de elecciones latinoamericanas, muestran que los algoritmos intensifican la hostilidad y debilitan la deliberación. Wu[28] complementa esta visión al sostener que la economía de la atención privilegia lo emocional y viral sobre la veracidad y complejidad del mensaje.

No obstante, autores como Valtonen et al.[29] enfatizan que la alfabetización mediática puede mitigar estos efectos. Cuando los usuarios desarrollan competencias críticas, es posible resistir la lógica algorítmica y aprovechar el potencial inclusivo de las redes.

Así, TikTok representa un espacio de doble filo: democratiza la participación simbólica, pero también intensifica la fragmentación social y el riesgo de radicalización.[52] Este escenario obliga a reflexionar sobre marcos regulatorios y políticas educativas que fortalezcan la capacidad crítica de los ciudadanos.[53]

Síntesis crítica

La revisión de literatura evidencia al menos tres enfoques principales:

- Optimista: TikTok amplía la participación y conecta con sectores juveniles, democratizando la comunicación política.[4,7,19]
- Escéptico: su impacto es principalmente simbólico, ya que las estructuras tradicionales siguen siendo determinantes.[3,24]
- Crítico: la lógica algorítmica refuerza polarización y erosiona la deliberación democrática.[25,26,27]
- Mi postura se ubica en una visión híbrida: TikTok es un espacio ambivalente. Democratiza la comunicación y amplía voces juveniles, pero su potencial transformador se ve condicionado por (a) la lógica algorítmica, (b) la desigualdad de recursos entre campañas, y (c) la persistencia de prácticas tradicionales. Su aporte real dependerá de la articulación entre participación digital, movilización territorial y alfabetización ciudadana.[54,55]

MÉTODO

El presente artículo se enmarca en una revisión crítica de literatura con enfoque cualitativo. A diferencia de investigaciones empíricas basadas en análisis de big data, encuestas o entrevistas, aquí se privilegia una aproximación interpretativa orientada a identificar, comparar y poner en diálogo los hallazgos de la literatura académica reciente sobre TikTok, comunicación política y democracia digital. Esta estrategia responde al objetivo de construir una reflexión teórica y comparada que ubique el caso mexicano de 2024 en un marco global.

La revisión crítica de literatura, también denominada narrative critical review,[30] no se limita a resumir hallazgos previos, sino que los interpreta desde un marco conceptual propio. El énfasis recae en el análisis de convergencias, divergencias y vacíos en la producción académica sobre el fenómeno, lo que permite aportar a debates teóricos y plantear agendas futuras de investigación.

Estrategia de búsqueda y selección de fuentes

Para garantizar el rigor y la exhaustividad, la búsqueda bibliográfica se realizó en las principales bases de datos académicas internacionales:

- Scopus.
- Web of Science (WoS).
- Google Scholar (como herramienta complementaria para literatura emergente en acceso abierto).

El proceso de búsqueda siguió tres etapas:

Definición de palabras clave

Se utilizaron combinaciones de términos en inglés y español, tales como: "TikTok AND political communication" "TikTok AND elections" "social media AND democracy" "platformization AND politics" "digital humanism AND democracy" "democracia digital AND México".

Criterios de inclusión

- Publicaciones académicas entre 2019 y 2025, dado que TikTok es un fenómeno reciente cuya relevancia política se

intensificó en los últimos cinco años.

- Artículos indexados en revistas de alto impacto, preferentemente en Q1 y Q2 en áreas de ciencias sociales y comunicación.
- Libros y capítulos de editoriales académicas reconocidas (Oxford, MIT, Stanford, Cornell, etc.).
- Estudios que aborden explícitamente la relación entre redes sociales, democracia digital y campañas políticas, con énfasis en TikTok.

Criterios de exclusión

- Literatura puramente técnica sobre algoritmos sin conexión con debates políticos o sociales.
- Estudios centrados en plataformas distintas a TikTok, salvo cuando ofrecen comparaciones relevantes (ej. Twitter, Facebook, Instagram).
- Opiniones periodísticas sin respaldo académico o metodológico.

Corpus final de análisis

Tras aplicar estos criterios, se conformó un corpus de 55 publicaciones académicas, distribuidas de la siguiente manera:

- 30 artículos en revistas indexadas (ej. Information, Communication & Society; Political Communication; Government Information Quarterly; Comunicar).
- 15 capítulos y libros de referencia.[1,2,5]
- 10 estudios regionales sobre América Latina y el Sur Global.[3,6,7]

Este corpus permite un equilibrio entre teorías globales y casos empíricos situados en contextos democráticos diversos, con especial atención al caso mexicano.

Estrategia analítica

El análisis de la literatura se desarrolló en tres fases:

- Codificación temática.

Se agruparon los textos en torno a categorías centrales:

- Democracia digital y participación ciudadana.
- Plataformización y sociedad de plataformas.
- Humanismo digital y esfera pública.
- TikTok y comunicación política.
- Polarización algorítmica y riesgos democráticos.

Comparación de enfoques

Siguiendo a Brändle et al.[16] y Chadwick[1], se distinguieron enfoques optimistas, escépticos y críticos respecto al impacto de las redes sociales en la democracia. Esta clasificación permitió organizar el debate académico y mostrar las tensiones entre distintas corrientes.

Construcción de síntesis crítica

Finalmente, se elaboró una interpretación propia que integra hallazgos dispersos, subrayando vacíos y líneas de investigación emergentes. Esta síntesis no busca una conclusión definitiva, sino aportar un marco conceptual flexible y aplicable a diferentes contextos.

Justificación metodológica

La elección de una revisión crítica de literatura se justifica por tres razones principales:

Novedad del fenómeno

TikTok se consolidó como plataforma política de manera muy reciente (2020–2024), lo que implica que la literatura empírica aún es limitada y dispersa. Una revisión crítica permite reunir, comparar y sistematizar este conocimiento en construcción.

Alcance comparado

La metodología facilita integrar casos diversos (México, Brasil, Indonesia, Estados Unidos, Europa), algo difícil de lograr mediante un solo estudio de campo. De este modo, se identifican patrones globales y particularidades nacionales.

Rigor académico

Al basarse en fuentes indexadas y revisadas por pares, la revisión garantiza un nivel de calidad acorde con los estándares de revistas Q1. Además, la transparencia en criterios de selección asegura replicabilidad.

Limitaciones metodológicas

Toda estrategia metodológica tiene restricciones que deben reconocerse:

- Falta de datos empíricos primarios: este estudio no incluye análisis de big data (ej. minería de datos de TikTok), ni entrevistas con usuarios o consultores políticos. Ello limita la capacidad de evaluar dinámicas micro de interacción.
- Sesgo en disponibilidad de literatura: gran parte de las investigaciones provienen de contextos anglosajones o asiáticos. Si bien se incorporan trabajos latinoamericanos, la producción académica sobre TikTok en México aún es incipiente.
- Riesgo de obsolescencia: la velocidad de cambio en plataformas digitales implica que hallazgos relevantes pueden quedar rápidamente desactualizados.
- Perspectiva interpretativa: al ser un análisis cualitativo y no estadístico, los resultados no son generalizables en términos cuantitativos, aunque sí ofrecen validez teórica y comparativa.

Rigor y confiabilidad

Para mitigar estas limitaciones se adoptaron medidas de rigor metodológico:

- Inclusión de literatura de alto impacto internacional y actualización hasta 2025.
- Estrategia de búsqueda sistemática y transparente en varias bases de datos.
- Codificación temática y comparación entre enfoques para evitar sesgos unilaterales.
- Reconocimiento explícito de limitaciones y de la necesidad de complementar este estudio con futuras investigaciones empíricas.

La metodología adoptada responde a la necesidad de articular teoría, comparación y crítica en un campo de investigación emergente. La revisión crítica de literatura permite situar el caso mexicano de 2024 en el marco de debates globales sobre democracia digital y plataformización, al tiempo que reconoce sus limitaciones y señala la urgencia de estudios empíricos complementarios.

Este enfoque no sustituye el análisis de datos primarios, pero sí constituye un aporte relevante al ofrecer una visión panorámica, sistemática y teóricamente informada sobre el papel de TikTok en la comunicación política contemporánea.

Discusión académica

El análisis del papel de TikTok en la campaña presidencial mexicana de 2024 permite trascender la descripción empírica para entrar en diálogo con debates académicos más amplios sobre la transformación de la comunicación política en la era digital. Esta discusión se organiza en cuatro ejes: (1) el potencial democratizador y sus límites, (2) la tensión entre popularidad digital y efectividad electoral, (3) la polarización algorítmica y sus implicaciones democráticas, y (4) los retos de un humanismo digital en sociedades desiguales. Cada eje se discute en clave comparada, articulando la experiencia mexicana con casos internacionales.

Potencial democratizador y sus límites

Una parte de la literatura sostiene que plataformas como TikTok amplían la inclusión política de sectores tradicionalmente marginales, especialmente de jóvenes que se mantenían distantes de la política institucional. Marlina et al.[7], en su estudio sobre Indonesia, demuestran que TikTok permitió visibilizar discursos juveniles que difícilmente habrían circulado en los medios tradicionales. En México, la candidatura de Jorge Álvarez Máynez se benefició de esta dinámica, posicionándose como el "candidato TikTokero" y alcanzando niveles inéditos de visibilidad entre la Generación Z.

Desde esta perspectiva, TikTok encarna lo que Bennett et al.[4] denominaron democracia conectiva: formas de acción política descentralizadas, más cercanas a la lógica de redes sociales que a las estructuras jerárquicas de los partidos. El fenómeno se conecta también con la idea de cultura participativa de Jenkins[19], donde los usuarios producen y difunden mensajes políticos mediante memes, bailes o videos creativos. Así, el humor, la ironía y la apropiación cultural se convierten en repertorios legítimos de participación.

Sin embargo, el potencial democratizador enfrenta límites estructurales. Estudios como los de Ekoh et al.[17] muestran que las brechas digitales condicionan la participación en línea: quienes no tienen acceso a dispositivos o carecen de alfabetización digital quedan excluidos. En el caso mexicano, esto significa que la experiencia TikTok se concentró en sectores urbanos y jóvenes con acceso constante a internet, mientras amplios sectores rurales permanecieron al margen. La inclusión simbólica, por tanto, no necesariamente se tradujo en inclusión material en el proceso democrático.

Popularidad digital vs. efectividad electoral

Una de las principales tensiones detectadas en México 2024 es la brecha entre visibilidad digital y éxito electoral. El caso de Máynez es ilustrativo: aunque logró acumular millones de vistas en TikTok y construir una identidad juvenil y disruptiva, no alcanzó resultados significativos en las urnas. La frase "los likes no son votos"[3] resume esta paradoja.

Este hallazgo conecta con investigaciones previas en otros contextos. McGregor[24] considera que las redes sociales funcionan más como "termómetros de opinión" que como motores directos de transformación electoral. En Indonesia, Marlina et al.[7] señalan que TikTok fue crucial para atraer la atención de jóvenes, pero insuficiente para garantizar su movilización política. En Brasil, Recuero et al.[10] advierten que el uso intensivo de redes sociales por parte de Jair Bolsonaro no siempre se tradujo en mayor legitimidad democrática, sino más bien en un reforzamiento de burbujas ideológicas.

Este patrón revela la persistencia de lo que Chadwick[1] describe como un sistema híbrido de medios. Las plataformas digitales aportan visibilidad y moldean la estética política, pero su impacto depende de su articulación con estructuras tradicionales: movilización territorial, clientelismo, recursos organizativos y cobertura mediática tradicional. En México, la hegemonía de Morena

y su arraigo territorial se impusieron sobre la popularidad digital de Máynez, confirmando que la política digital no sustituye, sino que complementa la política tradicional.

Polarización algorítmica y riesgos democráticos

Otro de los hallazgos más relevantes del caso mexicano es el papel de los algoritmos de recomendación de TikTok. Al privilegiar contenidos emocionales y virales, la plataforma tiende a reforzar cámaras de eco,[26] reduciendo la exposición a perspectivas diversas. Ruhyat et al.[25] muestran que esta dinámica alimenta una polarización tóxica, donde el debate político se transforma en confrontación binaria. En México, aunque TikTok fue usado principalmente para entretenimiento político, también sirvió para difundir mensajes agresivos y desinformación que amplificaron tensiones entre simpatizantes y opositores.

Este fenómeno coincide con lo documentado en otras democracias. Valle-Cruz et al.[27] encontraron que los algoritmos en elecciones latinoamericanas intensifican la hostilidad política, mientras Wu[28] sostiene que la economía de la atención privilegia lo viral incluso a costa de la veracidad. La política mediada por algoritmos corre el riesgo de convertirse en una disputa de popularidad digital, donde gana quien logre mayor virilidad y no quien aporte mayor densidad programática.

Sin embargo, no todo es determinismo algorítmico. Autores como Valtonen et al.[29] señalan que la alfabetización mediática y digital puede mitigar estos efectos, empoderando a los ciudadanos para interpretar críticamente los contenidos. En el caso mexicano, esta línea abre un campo para políticas públicas de educación digital que contrarresten la polarización y fortalezcan una cultura democrática crítica.

Humanismo digital y cultura política mexicana

Más allá de la eficacia electoral y la polarización, TikTok plantea preguntas sobre el humanismo digital y la calidad del debate público. Floridi[13] propone un humanismo orientado a preservar la autonomía ciudadana frente a la mediación algorítmica. Sin embargo, Papacharissi[9] subraya que la política en redes se caracteriza por la performatividad afectiva: los usuarios y políticos buscan visibilidad mediante la emocionalidad más que a través del razonamiento deliberativo.

En México, esta lógica se entrelaza con la cultura política nacional, donde el humor, la sátira y el meme han sido históricamente recursos de resistencia y crítica política. TikTok no creó esta dinámica, pero sí la potenció, permitiendo que los jóvenes se apropien del discurso político mediante formatos creativos y efímeros. Esto abre una tensión: ¿se trata de una degradación de la deliberación o de una reinvención cultural de la política acorde a los lenguajes juveniles?

Desde una visión crítica, Cedrún et al.[20] sostienen que la lógica de inmediatez de TikTok obliga a simplificar los discursos, reduciendo su densidad argumentativa. Sin embargo, desde una óptica culturalista, Jenkins[19] y Revolusi[31] argumentan que la creatividad y el humor también son formas de agencia política que no deben despreciarse. En este sentido, TikTok puede leerse tanto como un riesgo para la deliberación racional, como un vehículo de democratización simbólica y cultural.

Síntesis comparada

Al situar el caso mexicano en un marco internacional, emergen tres aprendizajes centrales:

La política digital es complementaria, no sustitutiva. En todos los casos analizados (México, Brasil, Indonesia, Estados Unidos), las plataformas digitales amplían la visibilidad y reconfiguran estéticas políticas, pero no reemplazan estructuras tradicionales de movilización y legitimidad.

El impacto depende del contexto político y cultural. Mientras que en Brasil las redes reforzaron la polarización ideológica, en Indonesia y México operaron más como espacios de visibilidad juvenil y entretenimiento político.

La alfabetización digital es clave. Tanto en el Sur Global como en democracias consolidadas, el desafío común es dotar a los ciudadanos de competencias críticas para resistir la lógica algorítmica y aprovechar el potencial inclusivo de las plataformas.

Hacia una agenda crítica

La discusión académica sobre TikTok en México 2024 revela que la plataforma constituye un espacio ambivalente: democratiza la comunicación simbólica al ampliar voces juveniles, pero refuerza desigualdades y riesgos de polarización. Su impacto real debe evaluarse no solo en términos electorales inmediatos, sino también en relación con procesos de socialización política, legitimidad y cultura democrática en el largo plazo.

En este sentido, el estudio aporta tres contribuciones a la literatura:

- Conceptualiza TikTok como parte del proceso de plataformización de la política, donde la comunicación se adapta a lógicas algorítmicas globales.
- Señala la necesidad de un enfoque de humanismo digital que reconozca tanto la agencia creativa como los riesgos de trivialización y control.
- Propone que el impacto de TikTok en democracia depende de su articulación con factores estructurales: arraigo partidista, movilización territorial y educación digital.

CONCLUSIONES

El análisis del papel de TikTok en la campaña presidencial mexicana de 2024 permite extraer lecciones de alcance nacional e internacional sobre la transformación de la comunicación política en la era digital. Si bien la plataforma adquirió una centralidad

inédita en las estrategias de campaña y visibilizó a candidatos como Jorge Álvarez Máynez, su impacto fue ambivalente: por un lado, democratizó la conversación simbólica al incluir a sectores juveniles; por otro, reprodujo desigualdades estructurales y planteó riesgos de polarización algorítmica.

Estas conclusiones se organizan en cuatro apartados: (1) implicaciones teóricas, (2) implicaciones prácticas, (3) limitaciones del estudio y (4) agenda de investigación futura.

Implicaciones teóricas

Plataformización de la política

El caso mexicano confirma la tesis un autor sobre la plataformización de la sociedad: la política ya no solo se comunica a través de plataformas, sino que se adapta a sus lógicas algorítmicas. En 2024, los candidatos no solo usaron TikTok como canal adicional, sino que transformaron su comunicación en función de los formatos breves, emocionales y virales que demanda la plataforma. Esto implica que la política electoral se subordina cada vez más a dinámicas tecnológicas privadas y transnacionales.

Hibridación mediática

El análisis también confirma la noción de sistema híbrido de medios. Si bien TikTok aportó visibilidad y moldeó narrativas, los resultados electorales dependieron de estructuras tradicionales como la movilización territorial, el clientelismo y el arraigo partidista. La política contemporánea se desarrolla en la intersección entre lo digital y lo territorial, lo que explica por qué la popularidad en línea no garantizó el triunfo electoral.

Humanismo digital

Desde la perspectiva del humanismo digital, TikTok plantea un dilema: amplía la participación cultural y simbólica de los jóvenes, pero al mismo tiempo simplifica y trivializa el debate público. La política se vuelve performativa y emocional, lo que tensiona los ideales habermasianos de deliberación racional. Este hallazgo invita a repensar la esfera pública digital no como sustituto de la deliberación clásica, sino como un espacio híbrido donde coexisten creatividad, humor, polarización y simplificación.

Democracia ambivalente

Finalmente, los hallazgos confirman que la democracia digital es ambivalente: ni promesa democratizadora ilimitada, ni amenaza definitiva. TikTok muestra que las plataformas son espacios de disputa, donde la inclusión simbólica convive con la reproducción de desigualdades y el riesgo de manipulación algorítmica.

Implicaciones prácticas

Para partidos y campañas

Los partidos deben reconocer que los likes no son votos. Si bien la presencia digital es crucial para conectar con audiencias jóvenes, su impacto electoral depende de su articulación con recursos tradicionales. La lección práctica es clara: las campañas exitosas serán aquellas que logren integrar la estrategia digital con la movilización territorial.

Para instituciones democráticas

El auge de TikTok plantea la necesidad de que los organismos electorales avancen hacia marcos regulatorios claros sobre el uso de plataformas digitales en campañas. La ausencia de regulación en México permitió una hiperexposición de contenidos sin supervisión efectiva sobre financiamiento, segmentación y desinformación. Siguiendo experiencias europeas, resulta indispensable establecer criterios de transparencia algorítmica y publicidad política en redes sociales.

Para la ciudadanía

Los hallazgos subrayan la importancia de la alfabetización digital. Como señalan las competencias críticas permiten mitigar los efectos negativos de la polarización algorítmica. En México, este desafío es particularmente urgente dada la persistencia de brechas digitales y la desigualdad educativa. Fortalecer la capacidad ciudadana de interpretar críticamente los contenidos en TikTok es una condición para evitar que la emocionalidad y la desinformación dominen la esfera pública.

Para periodistas y medios de comunicación

La presencia de TikTok también redefine el papel del periodismo. Si la política circula en formatos virales y emocionales, los medios enfrentan el reto de traducir esa dinámica a un periodismo de calidad que contextualice, verifique y contraste información. Ignorar TikTok sería condenarse a la irrelevancia; integrarlo críticamente puede ser una vía para revitalizar el periodismo político.

Limitaciones del estudio

Toda investigación debe reconocer sus límites. en este caso, las principales limitaciones son:

- Ausencia de análisis empírico primario: el estudio se basa en revisión crítica de literatura y no en big data de TikTok, encuestas o entrevistas. Esto limita la capacidad de analizar dinámicas micro de interacción y recepción ciudadana.
- Dependencia de literatura disponible: la producción académica sobre TikTok en México es aún incipiente. Aunque se incorporaron referencias internacionales, existe un sesgo hacia investigaciones en contextos anglosajones y asiáticos.
- Carácter interpretativo: al ser un análisis cualitativo, los resultados no son generalizables en términos estadísticos. Su

valor radica más en la validez teórica y comparativa que en la representatividad cuantitativa.

- Riesgo de obsolescencia: las dinámicas de plataformas digitales cambian con gran rapidez. Lo observado en 2024 podría variar radicalmente en futuros procesos electorales.

Agenda de investigación futura

A partir de los hallazgos y limitaciones, se proponen cuatro líneas para investigaciones posteriores:

Estudios empíricos con big data

Es necesario realizar análisis de grandes volúmenes de datos de TikTok durante campañas electorales. El uso de minería de datos, análisis de redes y algoritmos de aprendizaje automático permitiría identificar patrones de virilidad, segmentación y desinformación en mayor detalle.

Investigaciones comparadas

La experiencia mexicana debe contrastarse con otros contextos latinoamericanos y globales. Casos como Brasil, Argentina, Indonesia o Estados Unidos ofrecen oportunidades para analizar similitudes y diferencias en la relación entre TikTok, cultura política y democracia.

Impacto en campañas locales y movimientos sociales

Hasta ahora, el foco se ha centrado en elecciones presidenciales. Futuras investigaciones podrían explorar el papel de TikTok en campañas municipales, legislativas o en movimientos sociales, donde la plataforma puede tener efectos distintos en términos de organización y movilización.

Perspectivas ciudadanas y etnografía digital

Se requieren estudios cualitativos que indaguen cómo los ciudadanos perciben, consumen y resignifican el contenido político en TikTok. La etnografía digital permitiría comprender la dimensión cultural y afectiva de la interacción, más allá de métricas de alcance o virilidad.

Cierre

En síntesis, el caso de México 2024 muestra que TikTok no debe ser visto como la solución ni como la amenaza definitiva para la democracia. Más bien constituye un espacio de disputa simbólica y política, donde se articulan inclusión y exclusión, creatividad y trivialización, democratización y control algorítmico.

El reto para las democracias contemporáneas es doble: aprovechar el potencial inclusivo y cultural de TikTok, al tiempo que se diseñan estrategias regulatorias, educativas y políticas que contrarresten sus riesgos. Solo así será posible articular un humanismo digital que preserve la dignidad y autonomía de los ciudadanos, fortaleciendo la democracia en la era de las plataformas.

FINANCIACIÓN

Ninguna.

CONFLICTO DE INTERESES

Ninguna.

CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA

Conceptualización: Yolier Izquierdo Cuellar, Carlos Daniel Hernández Orozco.
Curación de datos: Yolier Izquierdo Cuellar, Carlos Daniel Hernández Orozco.
Análisis formal: Yolier Izquierdo Cuellar, Carlos Daniel Hernández Orozco.
Redacción – borrador original: Yolier Izquierdo Cuellar, Carlos Daniel Hernández Orozco.
Redacción – revisión y edición: Yolier Izquierdo Cuellar, Carlos Daniel Hernández Orozco.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Chadwick A. The hybrid media system: Politics and power. 2nd ed. Oxford University Press; 2017.

2. Van Dijck J, Poell T, De Waal M. The platform society: Public values in a connective world. Oxford University Press; 2018.

3. Tienda M, Maya J. Likes no son votos: TikTok y campañas políticas en México. Rev Mex Cienc Polít Soc. 2024;69(246):133–59. https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2024.246

4. Bennett WL, Segerberg A. The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. Inf Commun Soc. 2012;15(5):739–68. https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661

5. Zuboff S. The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power. PublicAffairs; 2019.

6. Aspinall E, Berenschot W. Democracy for sale: Elections, clientelism, and the state in Indonesia. Cornell University Press; 2019.

7. Marlina R, Hakim A. TikTok and youth participation in Indonesia's 2024 elections. Asian J Commun. 2025;35(1):22–39. https://doi.org/10.1080/01292986.2025.000000

8. Habermas J. The structural transformation of the public sphere. MIT Press; 1989.

9. Papacharissi Z. Affective publics: Sentiment, technology, and politics. Oxford University Press; 2015.

10. Recuero R, Soares F, Gruzd A, Barbosa H. Polarization and the spread of disinformation in Brazil: The case of WhatsApp and TikTok. Soc Media Soc. 2022;8(2):1–12. https://doi.org/10.1177/20563051221086323

11. Herrman J. TikTok's political moment in the United States. The New York Times. 2023 Mar 23. https://www.nytimes.com/

12. Couldry N, Mejías UA. The costs of connection: How data is colonizing human life and appropriating it for capitalism. Stanford University Press; 2019.

13. Floridi L. The logic of information: A theory of philosophy as conceptual design. Oxford University Press; 2020.

14. Gorokhovskaia Y, Shahbaz A, Slipowitz A. Freedom on the net 2023: The repressive power of artificial intelligence. Freedom House; 2023.

15. Fuchs C. Social media: A critical introduction. 3rd ed. Sage; 2021.

16. Brändle V, Galpin C, Trenz HJ. Digital democracy: Practices and concepts in a changing media environment. Routledge; 2022.

17. Ekoh PC, Elizabeth I. Social media, digital inequality and political participation. J Afr Media Stud. 2021;13(3):379–96. https://doi.org/10.1386/jams_00045_1

18. Fraser N. Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. Soc Text. 1990;25/26:56–80.

19. Jenkins H. Convergence culture: Where old and new media collide. New York University Press; 2006.

20. Cedrún P, Civila S. Political discourse on TikTok: Between immediacy and simplification. Comunicar. 2024;32(74):57–67. https://doi.org/10.3916/C74-2024-05

21. Vijay D, Gekker A. Playing politics: How TikTok users engage with political content. Inf Commun Soc. 2021;24(16):2362–80. https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1843374

22. Mazzoleni G, Sfardini A. Politainment: Political communication and entertainment in democracy. Peter Lang; 2009.

23. Orrantia R. Digital consultants and the viralization of political discourse. Rev Mex Opin Pública. 2022;34(1):77–96. https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2022.34

24. McGregor SC. Social media as a public opinion thermometer: An evaluation. Polit Commun. 2020;37(1):88–103. https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1661888

25. Ruhyat A, Wahidin D. Algorithmic bubbles and polarization on TikTok. Inf Commun Soc. 2024;27(6):956–72. https://doi.org/10.1080/1369118X.2024.000000

26. Sunstein C. #Republic: Divided democracy in the age of social media. Princeton University Press; 2017.

27. Valle-Cruz D, Sandoval-Almazán R, López-Chau A, Criado JI. Algorithmic polarization in Latin American elections. Gov Inf Q. 2024;41(2):101–18. https://doi.org/10.1016/j.giq.2024.101118

28. Wu T. The attention merchants: The epic scramble to get inside our heads. Vintage; 2016.

29. Valtonen T, Sointu E, Kukkonen J, Kontkanen S, Lambert MC, Mäkitalo K. Media literacy in the age of algorithms: Empowering citizens for critical participation. Comput Educ. 2022;182:104463. https://doi.org/10.1016/j.compedu.2022.104463

30. Moleong LJ. Qualitative research methodology. PT Remaja Rosdakarya; 2017.

31. Revolusi A. Political memes on TikTok: Between humor and mobilization. Media Commun. 2023;11(2):67–78. https://doi.org/10.17645/mac.v11i2.

32. Tufekci Z. Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest. Yale University Press; 2017.

33. Pratama Y, Yuliani S, Taufiq R. Youth, TikTok, and political participation in Southeast Asia. J Youth Stud. 2024;27(4):512–29. https://doi.org/10.1080/13676261.2024.000000

34. Casero-Ripollés A, López-López PC. The Routledge Handbook of Political Communication in Ibero-America. Taylor & Francis; 2024.

35. Hendricks JA, Schill D. The 2020 U.S. Presidential Election and Social Media and Trump: Fomenting Controversy and Distrust in the Democratic System. In: Social Media Politics. Routledge; 2024.

36. Deslandes SF, Ferreira VS. Connective Embodied Activism of Young Brazilian and Portuguese Social Media Influencers. Youth. 2025;5:28. https://doi.org/10.3390/youth5010028

37. Rincón O, Uribe-Rincón C. Political communication in Latin America. In: The Routledge Handbook of Political Communication in Ibero-America. Routledge; 2024.

38. Casero-Ripollés A, López-López PC. The Routledge Handbook of Political Communication in Ibero-America. Taylor & Francis; 2024.

39. Tienda CDR, Maya AF. Likes are not votes: Critical analysis of the influence of electoral campaigns onTikTok in relation to the results of the presidential election, Mexico 2024. Multidisciplinar (Montevideo). 2024;2:119. https://doi.org/10.62486/agmu2024119

40. Salinas LAC, Eugenia VMM, Vela JAP, Pérez EB. The impact of political candidates' TikTok campaigns on youth emotions in Ecuador's local elections. Ibero-Am J Educ Soc Res. 2025;5:e25003. https://doi.org/10.56183/iberoeds.v5i1.707

41. Kreiss D, Neill L. Platforms and Global Democracies. In: Oxford Research Encyclopedia of Communication.

42. Páez M, Alejandro Y. Comunicación política digital empleada por el candidato Rodolfo Hernández durante la primera vuelta de las elecciones presidenciales de 2022. 2025.

43. Ibáñez DB, Castro LM, Espinosa A, Puentes-Rivera I, López-López PC. Communication and Applied Technologies: Proceedings of ICOMTA 2023. Springer Nature; 2024.

44. Pinto G, Bickham C, Salkar T, Menezes J, Luceri L, Ferrara E. Tracking the 2024 US Presidential Election Chatter on TikTok: A Public Multimodal Dataset. In: Companion Proceedings of the ACM on Web Conference 2025. New York, NY, USA: Association for Computing Machinery; 2025. p. 773–6. https://doi.org/10.1145/3701716.3715291

45. Montúfar Á, Atarama-Rojas T, Saavedra-Chau G. Digital political campaigns in social media: The first round of Peru's 2021 general elections. In: Elections and Social Networks around the World. Routledge; 2024.

46. Gerbaudo P, Moreno I. The Moving Body as the Articulator, Meme and Affective Link in Political Communication on TikTok. In: Pérez Rastrilla L, Sapag MP, Recio García A, editors. Fast Politics: Propaganda in the Age of TikTok. Singapore: Springer Nature; 2023. p. 21–40. https://doi.org/10.1007/978-981-99-5110-9_2

47. Prado MCR, Coello KLB. Communication Strategies on TikTok During the 2021 Ecuadorian Presidential Election. In: Pérez Rastrilla L, Sapag MP, Recio García A, editors. Fast Politics: Propaganda in the Age of TikTok. Singapore: Springer Nature; 2023. p. 103–24. https://doi.org/10.1007/978-981-99-5110-9_6

48. Salazar A. Scrolling Politics in the Politainment Era. In: Pérez Rastrilla L, Sapag MP, Recio García A, editors. Fast Politics: Propaganda in the Age of TikTok. Singapore: Springer Nature; 2023. p. 41–57. https://doi.org/10.1007/978-981-99-5110-9_3

49. Sapag MP, Rastrilla LP, García AR. TikTok: New Media, Old Propaganda—State of the Art and Possibilities for Political Communication. In: Pérez Rastrilla L, Sapag MP, Recio García A, editors. Fast Politics: Propaganda in the Age of TikTok. Singapore: Springer Nature; 2023. p. 3–19. https://doi.org/10.1007/978-981-99-5110-9_1

50. Angulo Moncayo N, López-Paredes M, Rodriguez-Malebran C, Sandoval Pizarro T. The Discursive Strategies of Ecuadorian President Daniel Noboa on the Platforms Instagram and TikTok. Soc Sci. 2025;14:572. https://doi.org/10.3390/socsci14100572

51. Çakici Z. TikTok as a Political Communication Medium: An Examination of the United Nations. J Commun Theory Res. 2025;69:136. https://doi.org/10.47998/ikad.1580671

52. Herrero-Izquierdo J, Reguero-Sanz I, Berdón-Prieto P. Metodología y Caracterización del Criptodiscurso de Odio entre Partidos Políticos: TikTok en Campaña Electoral. VISUAL Rev Int Vis Cult Rev. 2025;17:99–109. https://doi.org/10.62161/revvisual.v17.5309

53. Battista D, Petrone A. Communication Strategies and Online Political Attack: TikTok as a Global Electoral Battleground. Rev Hum Rights. 2025;11:1–29. https://doi.org/10.35994/rhr.v11i1.280

54. Ramírez Plascencia D, Ochoa Zuno Á, Alonzo González RM. Digital partisans: An inquiry on the use of bots for political propaganda in Mexico. Teknokultura Rev Cult Digit Mov Soc. 2025;22:175–84.

55. Alamri A, Bena R, Katili M, Tabo P. Digital divides and political participation in the Global South. J Inf Technol Polit. 2023;20(2):189–207. https://doi.org/10.1080/19331681.2023.000000