



La Cámara Alta discute una iniciativa para prohibir la aplicación en ese país a menos que corte lazos con su matriz china.

EVA LUNA GATICA

Una medida que avanza en el Senado de Estados Unidos una ley que podría prohibir TikTok en ese país, los legisladores de la Cámara Alta denuncian una creciente ola de amenazas, incluso de muerte, para que voten en contra del veto a la popular aplicación de videos. El proyecto —que le exige a TikTok cortar lazos con su propietaria en Beijing, ByteDance, o dejar de operar en EE.UU.— ya fue aprobado en un trámite anterior por la Cámara Baja, y cuenta con el respaldo del Presidente Joe Biden. El panorama es complejo para la compañía que lanzó una agresiva campaña en redes sociales y televisión para intentar frenar la iniciativa. La reacción de los más leales usuarios de la plataforma a la campaña, una suerte de “lobby tiktokero”, parece haber sido mucho más furiosa aún.

El senador de Carolina del Norte Thom Tillis (repblicano) denunció la semana pasada haber recibido cientos de mensajes y llamadas amenazantes, en las que jóvenes le dicen que le van a disparar si vota a favor del veto a la plataforma. “Está bien, escucha, si prohibes TikTok te encontraré y te dispararé”, le dijo una persona en una llamada, según compartió el propio legislador en sus redes sociales a través de un mensaje de voz. “Te dispararé y te encontraré y te cortaré en pedazos”, le advirtió, mientras que otro lo amenazó con quitarse la vida.

La oficina de Tillis dice haber recibido en diez días alrededor de mil llamadas sobre TikTok, luego de que la Cámara de Representantes, por una abrumadora (e inusual) mayoría bipartidista,

Cientos de usuarios de la red social han inundado con mensajes los canales institucionales: Senadores en EE.UU. denuncian amenazas del “lobby tiktokero” por posible bloqueo



LA PRESIÓN de los usuarios ha sido particularmente fuerte sobre los legisladores.

aprobó el 13 de marzo la legislación que exige a la plataforma separarse de su empresa matriz en Beijing en un plazo de seis meses, o ser eliminada de las tiendas de aplicaciones de Apple y Google en EE.UU. La iniciativa responde al creciente temor de que los datos de los 170 millones de usuarios que tiene la red social solo en EE.UU. caigan en manos de Beijing, ya que una ley de seguridad nacional obliga a las empresas chinas a compartir los datos que guarden en sus servidores si así se lo pide el gobierno.

El proyecto es hasta ahora la mayor amenaza para la aplicación china en territorio estadounidense, y si bien sus perspectivas en el

Senado son inciertas —dado que hay menos acuerdo que en la Cámara Baja y hay cuestionamientos respecto de cómo esto afectaría la libertad de expresión garantizada por la primera enmienda de la Constitución—, el Presidente Joe Biden dijo que promulgaría la ley si llega a su escritorio.

Defensa

La filial en EE.UU. de TikTok niega que las autoridades chinas puedan acceder a los datos de los usuarios estadounidenses o influir en las opiniones políticas de los votantes (la otra sospecha que recae sobre la red social), y señalan que el 60% de la propiedad de

ByteDance es de inversores internacionales.

Además, ha pedido a los usuarios que manifiesten su oposición a la legislación, instándolos a enviar mensajes y llamar a sus representantes en el Congreso mediante publicidad en la propia aplicación de video, e incluso proporcionándoles un enlace a los números de teléfono de los legisladores.

“El gobierno le quitará la comunidad que usted y millones de otros estadounidenses aman”, decía un mensaje emergente de la compañía al abrir la aplicación. “Hágale saber al Congreso lo que TikTok significa para usted y dígame que voten NO”, decía otro mensaje que tenía un botón rojo

con la frase: “Llame ahora”.

La táctica inundó las oficinas de los legisladores con llamadas. Un asistente del Senado, que habló con The Washington Post bajo condición de anonimato, dijo que su oficina recibió una docena de amenazas violentas.

“Cualquier empresa que esté a punto de ser ilegalizada u obligada a vender podría recurrir a sus clientes en busca de ayuda. Así que no es de extrañar que pidieran a sus usuarios que expresaran su opinión en el Congreso, aunque algunos usuarios fueron demasiado lejos e incluso incluyeron amenazas en sus llamadas”, dice a “El Mercurio” Anupam Chander, profesor de derecho y tecnología de la Universidad de Georgetown. A los usuarios “les pone nerviosos perder este importante foro para expresarse o ganarse la vida”, agrega.

“Dudo que TikTok esperara o pretendiera que los senadores recibieran amenazas de muerte, pero movilizar a los consumidores para que se opongan a la intervención del gobierno es una estrategia habitual. La han utilizado desde Google (en relación con la neutralidad de red) hasta Uber y Airbnb”, comenta, por su parte, Ryan Caló, profesor de derecho y de ciencias de la información de la Universidad de Washington.

El tema divide a la opinión pública. Una encuesta de CNBC reveló que 47% de los consultados respaldan la prohibición de TikTok pase lo que pase (27%) o si no vende su filial en EE.UU. (20%).

Campaña

En los últimos días, TikTok lanzó también una campaña televisiva contra la legislación —avalua-

da en unos US\$ 2,1 millones—, que ha sido transmitida en ocho estados del país, incluidos cinco donde los senadores que van a la reelección tienen una carrera cuesta arriba de cara a los comicios de noviembre. La publicidad muestra a personas que plantean las consecuencias de eliminar la red social. “Piense en los cinco millones de propietarios de pequeñas empresas que dependen de TikTok para mantener a sus familias”, se ve decir a un supuesto usuario en un anuncio.

“Creemos que el público en general debería saber que el gobierno está intentando pisotear los derechos de libertad de expresión de 170 millones de estadounidenses y devastar a siete millones de pequeñas empresas en todo el país”, explicó un portavoz de TikTok.

“Normalmente, los grupos de interés ejercen presión sobre el Congreso y el gobierno de EE.UU. para cuestiones relacionadas con la ley. Llama la atención que TikTok haya animado a sus usuarios a manifestarse en contra de la legislación. (...) Si algunos se manifiestan, ya es suficiente para formar una voz fuerte y poderosa que haga que los miembros del Congreso piensen dos veces pasar la normativa. En ese sentido, los senadores se enfrentan a mucha presión por parte de los usuarios de TikTok, en su mayoría jóvenes. Los miembros del Congreso tienen que equilibrar varios intereses, pero una cosa es segura: si ignoran el sentir de los usuarios de TikTok, perderán el apoyo y los votos de estos jóvenes en las próximas elecciones”, comenta a este diario Zhiqun Zhu, profesor de ciencias políticas y relaciones internacionales en la Universidad Bucknell.