

CHECK IN  
CHECK OUT

Los pases & ascensos



**CEO DE BDO**  
Forma parte de BDO desde 1991 y fue designado socio en 1998. Sucederá en el cargo a Sergio Crivelli, quien lideró la firma durante más de 10 años y ahora pasará a ser director regional.



**GERENTE COMERCIAL DE GRUPO CETA**  
Tras liderar Ceta Log -la división logística de Ceta Capital Humano- la profesional especializada en gestión empresarial y RR.HH. fue promovida a gerente comercial.



**PEOPLE DIRECTOR COMO SUB GERENTE MEDIABANK**  
En su nuevo rol, estará a cargo de liderar la gestión estratégica de recursos humanos de la compañía para los mercados de la Argentina, Chile y Uruguay.



**SOCIO DE IMPUESTOS DE GRANT THORNTON ARGENTINA**  
Se incorporó a la firma como junior en 2001 y a lo largo de sus casi 25 años de experiencia fue designado supervisor en 2008 y gerente en 2018.



**DIRECTOR DE TECNOLOGIA DE ZULA CIBERSEGURIDAD**  
Participó de la fundación de Zula hace cuatro años y ahora dio el salto desde Bagó para consolidar, desde un cargo jerárquico, el crecimiento que tuvo la startup de ciberseguridad.

FUTURIA



Los influencers quedan a merced de decisiones gubernamentales

SHUTTERSTOCK

# El futuro incierto de TikTok

## Millones en juego para creadores y anunciantes

**TECNOLOGÍA**  
Nuevo paradigma

La red social china enfrenta un escenario que pone en duda su continuidad y deja en riesgo las inversiones de marcas e influencers

**Viviana Pérez**  
PARA LA NACION

El sábado 18 de enero a la noche, quienes intentaron acceder a TikTok desde EE.UU. se encontraron con un mensaje que indicaba que, debido a una ley que prohíbe la aplicación, esta no estaba disponible "por ahora". ByteDance, propietaria de TikTok, enfrentaba acusaciones de utilizar la plataforma de videos breves para recopilar datos de los usuarios y compartirlas con el gobierno chino. Sin embargo, tras unas horas de inactividad, la app volvió a funcionar.

El presidente Joe Biden había firmado una orden ejecutiva que le otorgaba a la empresa, un plazo de 75 días para acordar una solución que garantice la continuidad de la red social.

Por más fugaz que haya sido, este episodio expuso una realidad preocupante para anunciantes y creadores de contenido. Tras años invitando a construir comunidades en redes sociales, hoy quedan a merced de decisiones gubernamentales que pueden poner sus finanzas en jaque de un día para el otro.

**Alquilar no es buen negocio**  
El posible cierre de TikTok quizás

no represente una gran pérdida para los usuarios, que seguirán consumiendo contenido en formato de reels de Instagram, Shorts de YouTube o incluso series en Netflix, Meta, propietaria de Facebook, Instagram y WhatsApp, ya se ha preparado para absorber la posible migración, reforzando servidores y optimizando sus sistemas.

Pero para creadores de contenido y anunciantes, el impacto va mucho más allá de un simple cambio de aplicación. Y aunque ahora se hable de una posible compra de la plataforma por magnates estadounidenses, la pregunta ya quedó instalada: ¿Qué pasa cuando una red social desaparece de la noche a la mañana?

En un mundo donde las plataformas van y vienen, ¿tiene sentido seguir alquilando audiencias o es momento de volver a lo básico y construir una base propia, con los datos bien guardados, como hacíamos antes?

**Pisar tierra firme**  
Las restricciones a plataformas digitales no son ninguna novedad. "India prohibió TikTok en 2020 y sus 200 millones de usuarios buscaron alternativas. EE.UU. ya estuvo a punto de hacerlo ese mismo año. En Europa, varios países y organismos han vetado su uso en dispositivos oficiales", señala el diario español *El País*. Incluso China, el país de origen de la app, no permite en su territorio ninguna de las grandes apps estadounidenses.

A lo largo de los años, otras redes han enfrentado bloqueos sin que esto signifique su desaparición definitiva. Brasil, por ejemplo, prohibió X (antes Twitter), que más tarde volvió al país con un número de

usuarios enorme. Sin embargo, este caso es diferente.

No se trata solo de una red social más enfrentando restricciones, sino de la plataforma de más rápido crecimiento en la historia. Mientras que Facebook tardó más de cuatro años en alcanzar los 500 millones de usuarios, TikTok logró esa cifra en solo tres.

Además, su bloqueo temporal en Estados Unidos, aunque duró solo unas horas, envió un mensaje contundente: una plataforma con millones de usuarios puede quedar inaccesible de un momento a otro. Que esto ocurriera en el mercado estadounidense, uno de los más grandes e estratégicos del mundo, refuerza la incertidumbre.

**La trampa de las redes**

El caso de TikTok expone una verdad incómoda: las audiencias en redes sociales no pertenecen al community manager ni a la marca, sino a la plataforma que las aloja. Las empresas han vendido la idea de que los seguidores son un activo, pero en realidad, sin la red que los conecta, son arena entre los dedos.

Este escenario se agrava con la falta de transparencia de los algoritmos, que determinan la visibilidad del contenido sin que los creadores tengan control sobre ello.

Como explica Adrián Todolí, profesor de Derecho del Trabajo y coautor del informe *Ser influencer hoy: posibilidades y obstáculos de una nueva fuente de empleo*, "las personas que se dedican a ello no saben cómo funciona el algoritmo, falta transparencia, la plataforma puede modificarlo en cualquier momento, dejando desprotegido a la persona".

El estudio también advierte que

muchos creadores deben compaginar su actividad con otros trabajos y que, además, se ven expuestos a problemas de salud mental derivados del discurso de odio en redes, el estrés y la inestabilidad económica. En este contexto, la incertidumbre sobre el futuro de TikTok reaviva el debate sobre la precarización del trabajo digital y la fragilidad de depender de plataformas prestadas.

Además, alcanzar audiencias sin pagar por publicidad es cada vez más difícil. Luciana Goldstein, especialista en marketing digital, advierte que "el uso de plataformas como Instagram permite ofrecer gratis nuestros productos o servicios, pero siempre con un sabor amargo al final del posteo. El alcance del contenido, es decir, a cuántas personas logramos impactar de manera orgánica, suele ser limitadísimo".

**Las lecciones del caso**

Creadores y marcas deben replantearse su estrategia y preguntarse si realmente están construyendo algo sostenible o solo fortaleciendo un sistema que dista mucho de ser un win-win.

A diferencia de un negocio tradicional, donde las inversiones suelen generar activos duraderos, en el ecosistema digital de las redes sociales todo es efímero e incierto. Los creadores que basaron su estrategia exclusivamente en alimentar a las redes hoy enfrentan un problema: su audiencia, su principal activo y muchas veces su única fuente de ingresos, podría desaparecer de un día para el otro.

En este contexto, hasta qué punto invertir tanto tiempo y dinero en redes sociales, ¿sigue siendo una apuesta inteligente? ●

CHECK IN  
CHECK OUT

Los pases & ascensos



**Claudio Doller**

CBO DE BDO

Forma parte de BDO desde 1991 y fue designado socio en 1998. Sucederá en el cargo a Sergio Crivelli, quien lideró la firma durante más de 10 años y ahora pasará a ser director regional.



**Maria Agustina Piedras Hermida**

GERENTE COMERCIAL DE GRUPO CETA

Tras liderar Ceta Log -la división logística de Ceta Capital Humano- la profesional especializada en gestión empresarial y RR.HH. fue promovida a gerenta comercial.



**Agustín Maier**

PEOPLE DIRECTOR CONO SUR DE I&M MEDIA BRANDS

En su nuevo rol, estará a cargo de liderar la gestión estratégica de recursos humanos de la compañía para los mercados de la Argentina, Chile y Uruguay.



**Sebastián Gamalero**

SOCIO DE IMPUESTOS DE GRANT THORNTON ARGENTINA

Se incorporó a la firma como junior en 2001 y a lo largo de sus casi 25 años de experiencia fue designado supervisor en 2006 y gerente en 2018.



**Pedro Drovén**

DIRECTOR DE TECNOLOGÍA DE ZULA CIBERSEGURIDAD

Participó de la fundación de Zula hace cuatro años y ahora dio el salto desde Bagó para consolidar, desde un cargo jerárquico, el crecimiento que tuvo la startup de ciberseguridad.

[...] renta comercial.

PEOPLE DIRECTOR CONO SUR DE IPG MEDIABRANDS En su nuevo rol, estará a cargo de liderar la gestión estratégica de recursos humanos de la compañía para los mercados de la Argentina, Chile y Uruguay.

SOCIO DE IMPUESTOS DE GRANT THORNTON ARGENTINA Se incorporó a la firma como júnior en 2001 y a lo largo de sus casi 25 años de experiencia fue designado supervisor en 2008 y gerente en 2018.

DIRECTOR DE TECNOLOGÍA DE ZULA CIBERSEGURIDAD Participó de la fundación de [...]

Los pases & ascensos

CEODEBDO Forma parte de BDO desde 1991 y fue designado socio en 1998. Sucederá en el cargo a Sergio Crivelli, quien lideró la firma durante más de 10 años y ahora pasará a ser director regional.

Piedras Hermida GERENTA COMERCIAL DE GRUPO CETA Tras liderar Ceta Log -la división logística de Ceta Capital Humanola profesional especializada en gestión empresarial y FIR.HH. fue promovida a gerenta comercial.

PEOPLE DIRECTOR CONO SUR DE IPG MEDIABRANDS En su nuevo rol, estará a cargo de liderar la gestión estratégica de recursos humanos de la compañía para los mercados de la Argentina, Chile y Uruguay.

SOCIO DE IMPUESTOS DE GRANT THORNTON ARGENTINA Se incorporó a la firma como júnior en 2001 y a lo largo de sus casi 25 años de experiencia fue designado supervisor en 2008 y gerente en 2018.

DIRECTOR DE TECNOLOGÍA DE ZULA CIBERSEGURIDAD Participó de la fundación de Zula hace cuatro años y ahora dio el salto desde Bagó para consolidar, desde un cargo jerárquico, el crecimiento que tuvo la startup de ciberseguridad.