

PERSONES GRANS I TIKTOK

Persones grans i TikTok

Marta Estrades Espigares

Resum

A mesura que la xarxa social TikTok augmenta en popularitat, també té més usuaris de la tercera edat. Les persones de 65 anys o més reivindiquen que també tenen dret a usar-la i no ser-ne només consumidores passives, sinó també creadores de contingut. En aquest capítol, s'exposarà informació sobre els continguts dels vídeos d'aquest col·lectiu, els efectes positius i negatius que pot tenir l'ús de la xarxa en l'envel·liment, i exemples de persones grans que han captat milions de seguidors a TikTok.

Resumen

A medida que la red social TikTok aumenta en popularidad, también tiene más usuarios de la tercera edad. Las personas de 65 o más años reivindican que también tienen derecho a usarla y no ser sólo consumidoras pasivas, sino también creadoras de contenido. En este capítulo, se expondrá información sobre los contenidos de los vídeos de este colectivo, los efectos positivos y negativos que puede tener el uso de la red en el envejecimiento, y ejemplos de personas mayores que han captado a millones de seguidores en TikTok.

1. Introducció

TikTok és una xarxa social de continguts audiovisuals posicionats en vertical, en la qual els usuaris poden crear, editar i compartir vídeos curts fent servir eines d'edició (com ara filtres, àudios, cançons, etc.). També hi ha molts usuaris que només l'empren com a entreteniment per veure vídeos que publiquen altres persones. A final de l'any 2019, TikTok ja tenia 507 milions d'usuaris arreu del món (Ng i Indran, 2022).

Aquesta xarxa social fou creada el 2016 per la companyia xinesa Bytedance i la població de consum des de llavors ha estat majoritàriament de joves adolescents (Infante, 2020).

TikTok ha demostrat que és l'aplicació que té la tendència de descàrrega més elevada. Sensor Tower Inc. (2020) assegura que aquesta aplicació fou descarregada més vegades que YouTube, Facebook, Snapchat o Instagram a final de 2018, aconseguí 188 milions d'usuaris nous el 2019 i se la instal·laren més de 1.100 milions d'usuaris arreu del món el 2020 (Zambrano, 2021).

TikTok se serveix d'algorismes de recomanació, en funció de les cerques fetes pels usuaris i més reproduccions, per suggerir vídeos o perfils, com fa Netflix. En aquest cas, es diferencia d'altres xarxes socials que utilitzen els algorismes de recomanació en funció de seguidors o amics (Zambrano, 2021).

Tal com argumenten Guzmán-Heras i Figueroa-Sacoto (2020), les persones grans fan servir menys les xarxes socials que les joves, ja que, en general, dominen menys les noves tecnologies, per la qual cosa tenen desavantatges a l'hora de sumar-se a les noves vies d'internet per relacionar-se.

Les xarxes socials són «un exercici que els adults grans no estan acostumats a exercir, però també necessiten ser vistos com a persones participis d'una societat» (Guzmán-Heras i Figueroa-Sacoto, 2020, p. 96). Per aquest motiu, les mateixes autores defensen que les empreses d'aquestes xarxes socials haurien d'incorporar eines que facilitin l'ús d'aquestes aplicacions digitals per a gent gran.

Així, conclouen que de cada vegada hi ha més persones de més de 65 anys que se sumen a les xarxes socials, per la qual cosa caldria dedicar-los més importància. Així, el seu ús es podria convertir en un benefici i els ajudaria a trencar la bretxa generacional que hi ha entre ells i els més joves, i donaria suport a la tercera edat perquè pugui usar xarxes socials de manera segura, amb facilitat i independència. Així mateix, pot tenir beneficis com ara «habilitats cognitives millorades, disminució de la solitud, entreteniment i noves oportunitats» (Guzmán-Heras i Figueroa-Sacoto, 2020, p. 96).

Per molt que TikTok sigui una plataforma destinada a la població jove, els darrers anys s'hi obri pas la tercera edat. Són persones que de cada vegada es converteixen més en creadors de contingut, de manera que es desmenteix que aquest col·lectiu sigui únicament un consumidor passiu de les xarxes socials (Ng i Indran, 2022).

Tot i que l'envelliment és un procés biològic natural, els atributs que s'hi associen solen ser negatius. Així com la joventut és vista i representada com a fortalesa, bellesa i diversió, la vellesa s'associa a vulnerabilitat i decadència. S'ha demostrat que tant els mitjans de comunicació convencionals com els socials són transmissors d'aquests estereotips de l'edat, la qual cosa en la nostra espècie marca significativament el procés de desenvolupament en el qual ens construïm sobre la base dels contextos socials (Ng i Indran, 2022).

Aquesta discriminació per raó de l'edat és el que es coneix com a edatisme. L'edatisme es pot veure reflectit de diferents maneres, com ara parlar a les persones grans i tractar-les com si fossin nins petits, criticar-les, fer-ne befa en els mitjans de comunicació (xarxes socials, notícies, revistes, etc.) o no tenir-les en compte a l'hora de crear tecnologies.

Fent referència al gènere i a l'edat, les dones són més vulnerables que els homes durant el procés d'envelliment, per la qual cosa tenen doble perill. Això es deu al fet que l'edat està en connexió amb altres categoritzacions socials i discriminacions, com són el gènere, la raça i la classe (Krekula et al., 2018). Aquesta major vulnerabilitat

donada pel conjunt edatisme i masclisme pot veure's reflectida en la invisibilització més gran i la ridiculització de dones de la tercera edat en diferents àmbits o situacions. Per exemple, en les agressions sexuals o en casos de violència de gènere aquesta discriminació i invisibilització augmenta amb l'edat, ja que els donen menys veracitat. Per altra part, a la indústria del cinema, els mitjans de comunicació i les xarxes socials, com TikTok, les dones són les que pateixen més pressió per haver d'aparentar ser joves i socialment atractives, fet que agreuja l'edatisme en relació amb el gènere (Zurian, Menéndez i García-Ramos, 2019).

Malgrat aquests estereotips negatius, hi ha evidències que afirmen que hi ha persones grans que mostren percepcions positives sobre l'envelliment, i n'hi ha que són les que se sumen a la moda de Tiktok per donar a conèixer les seves vides, fer balls, vídeos d'humor, i, fins i tot, vídeos conscienciant sobre l'edatisme i fomentant l'envelliment positiu (Ng i Indran, 2022). Arriben a TikTok els coneguts com a *grandfluencers*.

2. De què parla la gent gran a TikTok?

A l'article «Not too Old for TikTok», els autors Ng i Indran es demanen com ho fan aquests *grandfluencers* per emetre discursos sobre l'envelliment i resistir als estereotips que s'han creat de la vellesa. Per això, analitzaren vídeos de TikTok creats per persones de la tercera edat.

Dels 348 vídeos que analitzaren sobre persones grans que tracten de la vellesa als seus *tiktoks* en destriaren tres temes principals:

1. Desafiar els estereotips de l'edat ($N = 248$; 71%)
2. Fer humor de les vulnerabilitats relacionades amb l'edat ($N = 61$; 18%)
3. Denunciar la discriminació per raó d'edat ($N = 39$; 11%).

Pel que fa al primer tema, «Desafiar els estereotips de l'edat», trobaren vídeos en els quals sortien dones de més de 60 anys que expressaven que se sentien molt bé o guapes i indicaven l'edat que tenien; deien frases com: «Avui me sent bé! Mirau el meu *outfit*». A més, mostren el seu aspecte tal com és sense amagar arrugues i altres signes físics de l'envelliment. Als comentaris dels seus vídeos, molts usuaris responen amb picardia i humor, com «Pot ser som massa vell/a o estic massa enfora de la teva lliga». Moltes usuàries també han adoptat el terme *glamma*, que aplega les paraules angleses *glamorous* i *grandma* per reivindicar que poden continuar sent glamuroses encara que envelleixin (Ng i Indran, 2022).

Cercant a TikTok l'etiqueta #glamma, trobam 32,1 M de visualitzacions, així com diverses etiquetes relacionades, com *glammaoriginal*, *glammalife*, *tiktokglamma*, etc.,

amb milers de visualitzacions cada una. En aquests vídeos surten dones grans que expressen que l'envelliment no és un impediment per sentir-se bé amb si mateixes (TikTok, 2022).

Respecte del gènere masculí, trobaren vídeos en què els homes també expressaven que se sentien bé amb ells mateixos i fomentaven la seva autoestima dient que vesteixen molt moderns i se sumen a la moda de la confiança en si mateix. D'altres també pujaven vídeos en què es comparaven amb joves i s'hi posaven per sobre.

Altres usuaris penjaven vídeos per mostrar la seva bona condició física i presumir de l'edat, 81, 79 o 87 anys, ballant, fent escalada o exercici. També hi havia usuaris que feien broma i mostraven tàctiques per lligar passats els 60 anys. Mostraven, per tant, que l'envelliment també els reportava beneficis (Ng i Indran, 2022).

Respecte del segon tema, «Fer humor de les vulnerabilitats de l'edat», trobaren que els arguments entorn dels quals giraven aquests vídeos tractaven sobre el deteriorament cognitiu, la mort, la COVID-19 i les disfuncions sexuals. Com, per exemple, tiktoks en què fan broma sobre la seva demència; se'n riuen del fet d'estar sa, però al vídeo surten rentant-se el cap sis vegades perquè no se'n recorden, o fan paròdia dels efectes de l'aplicació per mostrar com se senten en estar desorientats a causa de l'Alzheimer (Ng i Indran, 2022).

També n'hi hagué molts que es varen sumar al #LeavingMyBody, fent al·lusió a aquelles emocions que abandonen el cos o es mostren exteriorment quan es reben certs comentaris o es viuen determinades situacions. Aquests vídeos van acompanyats d'unes flames liles en representació d'aquestes emocions que surten del cos. Per exemple, un tiktoker va fer un vídeo que va ser tendència amb un text que diu «La vellesa abandonant el meu cos quan algú em diu "no pareix que tinguis 87 anys"». Altres vídeos tracten i fan broma sobre la mort amb frases com «Som tan vell... Seguiu-me abans que em mori». De la mateixa manera, durant la pandèmia i la COVID-19 varen sorgir molts de vídeos en què es feia paròdia de les conseqüències del virus i de les situacions difícils que es vivien (Ng i Indran, 2022).

Per acabar, pel que fa al tercer tema, «Denunciar la discriminació per raó d'edat», apareixen persones grans que responen a comentaris d'odi que han rebut a la xarxa social, com ara «Ets massa vell per estar a TikTok» o «Que algú vingui a cercar la seva àvia», amb humor i orgull. Així, per exemple, una dona va fer vídeos en què simulava que obria una porta per entrar al món TikTok després de rebre comentaris com aquest i afegia les frases «Deixau-m'hi entrar» i «Només teniu por de tot això» (Ng i Indran, 2022).

A pesar d'aquests tres eixos principals que estudiaren Ng i Indran, les persones de la tercera edat també pengen vídeos en què no reivindiquen el dret a envellir positivament i entrar en les noves xarxes socials, sinó que parlen d'altres coses i fan els mateixos *trends*, balls i vídeos humorístics que la població jove.

3. Exemples de tiktokers grans famosos

The Old Gays són un grup de quatre homes estatunidencs amb 7,6 milions de seguidors (The Old Gays, 2022). Els integrants són Robert, Jessay, Mick i Bill. Aquest grup d'amics penja vídeos sobre la seva convivència en una casa en lloc d'anar a una residència per ajudar-se entre ells. Començaren a publicar tiktoks el desembre de 2020, quan ja eren amics feia més de 50 anys. La idea sorgí quan un veí els donà la idea d'enregistrar vídeos per Grindr. Cada matí es reuneixen devers les 10.30 hores i enregistren i publiquen vídeos a la piscina per a TikTok (Locke, 2022). «El que fem nosaltres, a través de la força de la nostra amistat i suport mutu, canvia la manera com es viu la vida», diu Reeves (recollit a Locke, 2022), un dels membres de The Old Gays.

Aquest grup d'amics, a més de donar visibilitat al col·lectiu LGTBQ+ a la tercera edat, mostra altres formes de vida en la vellesa més enllà de les tradicionals i trenca els estereotips de l'edat.

Our Filipina Grandma és un compte amb 1,4 milions de seguidors, en què l'àvia fa vídeos humorístics, majoritàriament amb frases per lligar i molts amb l'etiqueta #GrannyGotGame (Our Filipina Grandma, 2022).

Retirement House són un grup de cinc persones: Rose, Curtis, Mabel, Eugene Bubbe i Larry. Surten majoritàriament fent bromes i vídeos musicals, que ja tenen 3,8 milions de seguidors, amb el lema «Age Gracefully» (Retirement House, 2022).

Retirement House és un plató de Hollywood que els integrants del grup lloguen per hores. Els missatges que volen transmetre és que hi ha diferents formes d'envellir. «Veus moltes històries de gent gran que no és feliç, perquè a mesura que envelleixes perds amics, perds familiars, no tens amb qui compartir la teva vida», explica Reatha Ramat, de 72 anys. «En realitat, fem records compartits junts, i estan enregistrats» (recollit a Locke, 2022).

En paral·lel, existeix un altre compte, Spectrum Retirement, que té 92.800 seguidors que manifesten ideals similars a les de Retirement House, però d'una manera més modesta que l'anterior. Mostren la seva vida en asils i residències i fomenten l'envelliment en

positiu (Locke, 2022) amb el lema del seu perfil: «Independent Living, Assisted Living i Memorie Care #ActYourAge» (Spectrum Retirement, 2022).

«M'ha aportat gent», «Quan tornes inquisitiu, mantens la ment i el cos actius» «Les persones continuen sent persones, encara que visquin en una residència per a gent gran» (citada a Locke, 2022), reivindica Scott, un dels integrants d'aquest darrer compte.

LuoGupo és una tiktoker de 68 anys xinesa que amb els seus vídeos ha aconseguit 62,1 milions de magrades al compte. Als vídeos, hi predomina el seu caràcter divertit: un dels seus tiktoks més populars és una cançó de hip-hop en què descriu la seva vida com a àvia. Les lletres mostren la seva vida quotidiana, dedicada a les tasques domèstiques o a cercar gangues, i també revela que lluita contra la discriminació de l'edat i es mostra com una dona gran independent (Yu i Zhao, 2022).

A Espanya, hi ha l'exemple de Rosa, coneguda a TikTok com a @conbuenhumor. La *grandfluencer* andalusa de 81 anys en dos anys ha augmentat a quasi tres milions els seus seguidors i actualment en té 7,2 milions (La Nación, 2020; Conbuenhumor, 2022). Rosa i Christian són els creadors de Con Buen Humor: Christian és el net de Rosa i és qui enregistra i crea els vídeos, mentre que Rosa n'és la protagonista. A l'entrevista que van fer al net, de 31 anys, al diari *La Nación* (2020), Christian conta que a través de la xarxa vol transmetre els seus valors sobre la importància de la família i el que podem aprendre de la gent gran. El contingut sempre és humorístic i varia des de *trends* de la xarxa fins a receptes culinàries o promocions de productes.

4. Aspectes positius de TikTok per a la gent gran

Tal com exposen els autors Ng i Indran (2022), hi ha estudis que mostren que els estereotips de vellesa negatius redueixen l'autoeficàcia, augmenten el risc de patir depressió i afecten el sistema immunitari i cardiovascular. Les percepcions positives de l'envelliment, en canvi, fomenten una millor salut funcional, el benestar i longevitat.

Al seu estudi observaren que, encara que hi hagi molts d'estereotips negatius a Tiktok, de cada vegada hi ha més gent gran que s'empodera i fa servir la xarxa per mostrar maneres d'envellir en positiu i celebrar la vellesa. El col·lectiu predominant són les dones, que desafien els estereotips de gènere i edat, s'hi mostren segures i fora amagar els signes de l'envelliment, allunyant-se així de la creença que la vellesa és un procés que s'ha de combatre o del qual ens hauriem d'avergonyar (Ng i Indran, 2022).

La majoria de famosos de la tercera edat a TikTok, com els esmentats anteriorment, mostren models alternatius d'envelliment que s'allunyen dels estereotips negatius i

guanyen de cada vegada més seguidors. Alhora, aquests perfils amb més seguidors i que mostren autosuficiència poden implicar també un altre tipus d'edatisme, que exclou i invisibilitza aquelles persones que pateixen qualche malaltia o que no es troben en tan bones condicions físiques o psicològiques (Yu i Zhao, 2022).

5. Aspectes negatius de TikTok per a la gent gran

Enllaçant amb el darrer paràgraf, no ens hem d'oblidar que aquesta aplicació de mòbil té un algorisme de recomanació, el qual fomenta l'envelliment saludable homogeni. L'algorisme dona més importància als vídeos amb més reproduccions i, per tant, suggereix sempre els vídeos amb més visualitzacions (en què majoritàriament apareix gent gran saludable i autosuficient) i passa per alt els que tenen menys atenció (Yu i Zhao, 2022). S'entra, doncs, en un bucle en el qual serà difícil que es puguin mostrar per igual els omesos, ja que amb aquest algorisme de cada vegada els vídeos amb més reproduccions s'aniran promocionant més i obtindran més visualitzacions, mentre que els altres quedaran relegats. Es ven, per tant, un mateix perfil d'envelliment en positiu.

A més, com la plataforma TikTok, l'envelliment positiu està subjecte al capitalisme. Això significa que només es ven una forma d'envelliment i es promourà la que més diners pugui aconseguir.

Citant les paraules textuais de Yu i Zhao (2022), «aquests comptes de TikTok són fàcils de monetitzar, perquè permeten que les empreses s'adrecin específicament als consumidors que desitgen. A més, les recompenses de TikTok animen els adults grans a contribuir-hi constantment amb vídeos curts d'alta qualitat» (p. 327). Els vídeos de TikTok estan lligats a botigues *in-app*, on a través d'un enllaç pots accedir al web o compte del producte que promocionen. Els vídeos que més ingressos produeixen són els que es reproduïen més vegades. Per tant, com l'algorisme de recomanació, el capitalisme al qual es vincula TikTok afavoreix el desig d'un envelliment socialment venut com a atractiu, divertit i actiu (Yu i Zhao, 2022), i la frustració i baixa autoeficàcia d'aquelles persones que presentin un deteriorament corporal o cognitiu més fort (Ng i Indran, 2022).

6. Conclusions

TikTok pot tenir molts de beneficis per a la gent gran, com la disminució del sentiment de solitud, fomentar un envelliment positiu, donar-se suport, desmuntar estereotips negatius de l'envelliment o rompre la bretxa generacional entre joves i gent gran. Més relacionat amb la seva salut, si es gestiona bé la xarxa i s'obtenen aquests beneficis, pot conduir a més benestar, millorar la salut funcional i afavorir més longevitat.

No obstant això, TikTok, igual que la majoria de xarxes socials, s'ha de saber gestionar i s'han de tenir en compte els efectes secundaris que pot tenir. Com hem comentat anteriorment, aquest envelliment positiu pot esdevenir una altra forma d'edatisme a causa dels algorismes de recomanació que utilitza TikTok i del capitalisme de la xarxa, ja que aquest envelliment positiu es pot confondre amb el desig de tenir un envelliment ideal en què els referents tenen més salut física i mental i autosuficiència.

Per molt que aquests perfils de gent gran estiguin bé per empoderar el col·lectiu i mostrar que pots envellir d'una manera positiva i estar bé amb tu mateix, és important que es visibilitzin altres usuaris que consciencien sobre l'edatisme i mostren diferents realitats de la vellesa, com hem vist que ocorria amb alguns usuaris que manifestaven que tenien Alzheimer, pèrdues de motricitat fina o visió, fatiga, etc. o feien humor sobre aquestes circumstàncies. A més, s'haurien de tenir en compte les addiccions i dependències que poden crear les xarxes.

Per tot això, és important que s'investigui més sobre la relació entre gent gran i TikTok, i els beneficis i perjudicis que pot tenir aquesta xarxa social.

Referències bibliogràfiques

Conbuenhumor, TheOldGays, RetirementHouse, SpectrumRetirement. OurFilipina-Grandma. 2022. TikTok.

Guzmán-Heras, A. i Figueroa-Sacoto, T. (2020). Redes sociales en jóvenes y adultos mayores cuencanos. A Á. Torres-Toukoumidis i A. de Santis (Coord.), *Los morlacos y las redes sociales*. Universidad Politécnica Salesiana.

Infante, T. (2020). Tiktok: el salto a la fama de la red social china. *Revista Capital*.

Krekula, C., Nikander, P. i Wilińska, M. (2018). Multiple marginalizations based on age: Gendered ageism and beyond. A L. Ayalon i C. Tesch-Römer (Eds.), *Contemporary Perspectives on Ageism*, pp. 33-50. Springer International Publishing. [http: doi. org/10.1007/978-3-319-73820-8_3](http://doi.org/10.1007/978-3-319-73820-8_3).

Locke, C. (22/06/2022). Els jubilats s'apunten a TikTok: «Potser ja és hora que comencem a envellir d'una altra manera». *Ara Balears*. https://www.arabalears.cat/societat/jubilats-apunten-tiktok-grandfluencers-xarxes-socials_1_4409656.html.

Ng, R. i Indran, N. (2022). Not too Old for TikTok: How Older Adults are Reframing Aging. *The Gerontologist*, 62(8), 1207-1216. <https://doi.org/10.1093/geront/gnac055>.

Sn. (2020, 15 de maig). «Con buen humor: Rosa, la abuela española que emociona y divierte en TikTok». *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/con-buen-humor-rosa-abuela-espanola-emociona-nid2365477/>.

Yu, Y. i Zhao, B. (2022). Can TikTok promote a healthier ageing paradigm? A case study of older digital celebrities from China. *Area*, 54(2), 322-329. <https://doi.org/10.1111/area.12777>.

Zambrano Granda, B. N. (2021). Análisis del uso de la red social tiktok como medio de difusión de contenido audiovisual profesional en Ecuador [Treball de fi de grau] Universitat de Catòlica de Santiago de Guayaquil, Ecuador.

Zurian, F. A., Menéndez, M. I. i García-Ramos, F. J. (Eds.). (2019). La problemática de la violencia y la edad en el cine. A *Edad y violencia en el cine. Diálogos etarios, de género y filmico*, 7-24. Edicions UIB.

Autora

MARTA ESTRADES ESPIGARES

Graduada en Psicologia. Becària en la Fundació Universitat-Empresa de les Illes Balears, forma part del Grup d'Investigació i Formació Educativa i Social (GIFES) i del Grup d'Investigació de la Violència de Gènere en Dones Grans.