
This is the **published version** of the bachelor thesis:

Garcia Muñoz, Laia. *“Just a girl” : una anàlisi qualitativa dels processos de negociació de la feminitat a través de TikTok*. Treball de Final de Grau (Universitat Autònoma de Barcelona), 2025 (Sociologia)

This version is available at <https://ddd.uab.cat/record/324576>

under the terms of the  license.



**Universitat Autònoma
de Barcelona**

FACULTAT DE CIÈNCIES POLÍTiques I SOCIOLOGIA

TREBALL DE FI DE GRAU

“Just a girl”: una anàlisi qualitativa dels processos de negociació de la feminitat a través de TikTok

Laia Garcia Muñoz

Tutoritzat per: Maria del Mar Griera Llonch

Curs 2024/25

Grau en Sociologia

Agraïments

Vull expressar el meu sincer agraïment a la meva tutora, la Mar Grier, per guiar-me en els moments de dubte i convidar-me a qüestionar allò que sovint donava per fet.

També vull agrair la col·laboració desinteressada de totes les participants, la qual ha estat essencial per donar vida i sentit a aquest treball.

Finalment, no puc deixar de reconèixer la participació indirecta de les meves amigues, per inspirar-me sempre a observar el món que m'envolta i fer espai a la curiositat i la il·lusió.

“¡Por supuesto que quería ir a la tienda de las chicas! Era hipnótico asomarse a ese mundo de colores, espejos y labios pintadísimos. En ese espacio, mi madre, mis tías, las mujeres del barrio dejaban de cargar por un momento con sus casas, sus familias y sus trabajos, dejaban de estar extenuadas y se relajaban por completo. Se probaban blusas, faldas, chaquetones, se dejaban aconsejar por las dependientas, que eran listísimas, cariñosas y sabían mucho de moda.

Las mujeres se miraban al espejo con cuidado, posando, quejándose de sus cuerpos y recibiendo una dosis perfecta de validación por parte de las profesionales. Siempre el mismo juego que acababa con una falda rebajada en la bolsa o una camiseta con su poquito de encaje que no tendrían muchas oportunidades para usar pero que animaban a tener en el cajón, por si acaso.

Cómo no querer formar parte de aquel mundo alegre y maravilloso. Cómo no querer fundirse con ese paisaje. Era como llenar los pulmones de aire limpio. Olvidaba toda la oscuridad que me iba creciendo dentro. Al entrar allí las mujeres revelaban una naturaleza conmovedora y, al probarse ropa con estampados explosivos, caídas ligeras y vuelos de fantasía, se transformaban en preciosos y enormes animales extraños, de pelajes iridiscentes, que levantaban brisas de perfume y olor a maquillaje con sus movimientos y lo impregnaban todo de una sororidad salada que rompía mi pequeño y travesti corazón”.

– Alana S. Portero a *La mala costumbre* (2023)

Taula de continguts

1.	Introducció	3
2.	Estat de la qüestió: com entendre les tendències d'hiperfeminització	4
2.1.	Les xarxes socials com a espai d'anàlisi	4
2.2.	Què té d'especial TikTok?	4
2.3.	Definint les <i>girl trends</i>	6
2.4.	“Hiperfeminització”: submissió o subversió?	7
2.4.1.	Reproducció dels rols de gènere tradicionals	7
2.4.2.	Oportunitat política	8
3.	Marc conceptual: com entendre la feminitat?	9
3.1.	Dimensió reproductora/estructural	9
3.2.	Dimensió subversiva/reivindicativa	10
4.	Model d'anàlisi	11
5.	Metodologia	12
5.1.	Justificació de l'enfoc metodològic	12
5.2.	Disseny metodològic i treball de camp	13
6.	Resultats i discussió	14
6.1.	Freqüència i raons d'ús	14
6.2.	Autonomia i criteri propi davant l'algoritme	17
6.3.	El consum de les “girl trends”	18
6.4.	Percepcions i respostes a les tendències d'hiperfeminització	19
6.4.1.	Identificació i alliberament	19
6.4.2.	Idealització i culpabilitat	21
6.4.3.	Rebuig i problematització	22
6.4.4.	Estratègies de reivindicació	24
7.	Discussió i conclusions	26

8.	Referències bibliogràfiques	29
9.	Annexos	32
9.1.	Annex 1: Enquesta exploratòria.....	32
9.1.1.	Preguntes.....	32
9.1.2.	Resultats.....	34
9.2.	Annex 2: Grups de discussió.....	39
9.2.1.	Guió.....	39
9.2.2.	Consentiment	44
9.2.3.	Percepcions inicials.....	45
9.2.3.1.	Percepcions grup 1	45
9.2.3.2.	Percepcions grup 2.....	45
9.2.4.	Taula de codificacions	46
9.2.5.	Transcripcions (anonimitzades)	48
9.2.5.1.	Transcripció grup 1	48
9.2.5.2.	Transcripció grup 2.....	80

Llista de figures

Figura 1.	Model d'anàlisi	12
Figura 2.	Gràfic freqüència d'ús de TikTok.....	14
Figura 3.	Gràfic raons d'ús de TikTok.....	15
Figura 4.	Gràfic coneixement Girl Trends	18

1. Introducció

En un context cada vegada més digitalitzat, les xarxes socials s'han convertit en un element clau en la socialització dels i les més joves (Garnika Íñigo, 2024), incidint significativament en la formació de la seva identitat i en la construcció de significats compartits (Vigdal Hegerberg, 2024). La popularització de TikTok entre el jovent situa la plataforma com un espai idoni per estudiar les tendències socials i culturals emergents en aquest context.

El present estudi se centra en l'auge de tendències que emfatitzen una feminitat caracteritzada per elements com el maquillatge, la roba i aparença sexualitzades, el color rosa i una aparent ingenuïtat (Bickford, 2023). En particular, s'examinen les *girl trends*, tendències protagonitzades per noies que presenten una visió del món o s'enfronten a situacions quotidianes amb una actitud estereotipadament femenina.

Aquestes tendències han generat opinions diverses tant dins del moviment feminista com en espais acadèmics (Bickford, 2023; Sandall, 2024; Vigdal Hegerberg, 2024; Molinar-Santos, 2023; Pierce, 2022). Trobant les seves arrels en debats de llarga trajectòria feminista, el debat de la “hiperfeminització” a internet es fonamenta en dos posicionaments principals: un enfocament crític que percep dites tendències com a perpetuadores dels rols tradicionals de gènere i un enfocament alternatiu que defensa la seva naturalesa subversiva. Proposem en aquest treball una visió mixta de la feminitat, tenint en compte tant els elements estructurals que les primeres assenyalen, com els elements reivindicatius que remarquen les segones.

Amb l'objectiu d'analitzar com les usuàries interpreten les tendències d'hiperfeminització, negocien el seu significat i expressen la seva feminitat en interacció amb aquestes, es plantegen dues preguntes de recerca que aborden les diferents dimensions del problema d'estudi: (O1) Com es materialitza el debat entre reproducció i oportunitat política en l'experiència de les usuàries de TikTok?, i (O2) Com negocien les usuàries la representació de la feminitat a TikTok i quines estratègies desenvolupen com a resposta?

Per tal de respondre aquestes preguntes, i atenent a les limitacions dels estudis previs, el present treball es proposa analitzar el procés d'interacció entre les usuàries i les tendències objecte d'estudi a través d'una metodologia qualitativa. En un intent d'allunyar-se de la concepció de tals usuàries com a mers subjectes passius, aquesta recerca es construeix sobre la convicció que les joves són agents clau en la construcció i representació de la feminitat i que és essencial parar atenció a aquest procés per evitar conclusions reduccionistes.

2. Estat de la qüestió: com entendre les tendències d'hiperfeminització

A partir d'una revisió crítica de la literatura existent, en aquest primer apartat s'analitza un dels principals debats entorn les tendències d'hiperfeminització a TikTok. Es presenta a continuació una breu contextualització de la temàtica i una síntesi dels posicionaments principals.

2.1. Les xarxes socials com a espai d'anàlisi

En els últims anys, les xarxes socials han passat a situar-se al centre de la cultura contemporània occidental (Boyd, 2021). Sobretot pel que fa als més joves, les xarxes han esdevingut essencials com a espai de socialització i autorepresentació, tenint un fort impacte en la formació de la seva identitat i en la construcció de significats compartits (Garnika Íñigo, 2024, Vigdal Hegerberg, 2024).

Tot i que compleixin funcions similars als espais de socialització de generacions anteriors, els espais digitals alteren els ecosistemes socials i les dinàmiques que hi emergeixen. Si les xarxes socials són d'especial interès per les ciències socials és perquè aquestes no representen únicament un espai digital, sinó una interacció emergent entre persones, tecnologies i pràctiques socials (Boyd, 2021). En l'actualitat, hi ha pocs espais d'anàlisi més idonis que internet a l'hora d'analitzar les noves dinàmiques socials, tendències culturals i moviments polítics (Vigdal Hegerberg, 2024).

Per evitar anàlisis superficials, és essencial comprendre les xarxes socials en el context sociocultural que les envolta. L'espai digital no es pot considerar un simple reflex de les tendències socials generals, ni les dinàmiques observades es poden entendre com a desvinculades d'aquest context. Seguint aquesta lògica, es defensa que cal concebre la feminitat a internet no només com un reflex de les actuals concepcions socioculturals d'aquesta, sinó també com un agent actiu en la seva configuració i transformació.

2.2. Què té d'especial TikTok?

Cada plataforma digital funciona de manera diferent, segons les normes socials concretes que es configuren en interacció entre usuaris (Boyd, 2021). TikTok, originàriament conegut com a *Bouyin* a la Xina i arribat a occident sota el nom de *Musical.ly*, va popularitzar-se particularment l'any 2017 (Garnika Íñigo, 2024).

El *boom* de TikTok en els últims anys és innegable. A tall de síntesi, l'ús de la plataforma consisteix en la creació i consum de vídeos curts sobre contingut molt divers. Com succeeix en altres plataformes en línia, els usuaris poden interactuar amb els vídeos mitjançant els “m’agrada”, els comentaris, guardant-los o compartint-los.

Si aquesta aplicació s’ha popularitzat en els últims anys és, entre altres factors, pel seu algoritme de recomanacions, considerat especialment precís a l’hora de mantenir els usuaris “enganxats” (Bickford, 2023). A diferència d’altres aplicacions, el contingut que surt a la *For You Page* (FyP)¹ no coincideix amb els usuaris a qui es coneix, sinó amb allò que l’algoritme considera més adequat per l’usuari segons l’anàlisi que fa de la interacció prèvia amb la plataforma (Bickford, 2023; Garnika, 2024, Granados, 2020; Vigdal Hegerberg, 2024). A més d’aquest algoritme personalitzat, TikTok també es caracteritza per una lògica d’*endless scroll*² la qual fa que l’algoritme sigui capaç d’adaptar-se en qüestió de segons i recomanar els vídeos que facin més probable que l’usuari no abandoni la plataforma.

També és destacable el fet que l’aplicació situa tots els usuaris com a potencials creadors. Aquest element es complementa amb una lògica de creació que no es basa necessàriament en l’originalitat, sinó en la reproducció de tendències compartides entre els usuaris, associades generalment a una pista d’àudio i una idea força concreta (Granados, 2020). Seguint aquesta idea, TikTok també es caracteritza per seguir la “lògica de la viralitat”. Gràcies a l’algoritme, un vídeo pot esdevenir popular en qüestió de segons, independentment del nombre de seguidors de l’usuari que el publiqui, seguint una lògica semblant a la d’un virus (Garnika Íñigo, 2024).

Finalment, també cal subratllar l’ús d’un “llenguatge comú”. A diferència d’altres xarxes socials, on sovint es prioritza una imatge de perfecció i felicitat perpètua, TikTok aposta per un tipus de publicació més realista i genuïna, assolida generalment mitjançant un estil de creació que inclou bromes de múltiples capes, una gran dosi d’ironia i un ús constant de l’autoparòdia (Castellví-Lloveras, 2023). Aquest humor s’ha batejat com a “humor de la generació Z”, analitzant-lo sovint com una resposta a l’actual crisi global (Pierce, 2022).

¹ La *For You Page* és la pàgina principal de TikTok, a la qual l’aplicació et dirigeix directament en obrir-la. En aquesta, apareix un vídeo generalment curt, amb el qual pots interactuar fent m’agrada, comentant o compartint-lo amb altres persones. Si llisques cap a baix (*scroll down*) pots veure un altre vídeo, i així successivament.

² La lògica de *endless scroll* es refereix a la manera de passar d’un vídeo a un altre. A diferència d’altres aplicacions, on el contingut a consultar s’acaba en algun moment o es torna a repetir, l’algoritme de TikTok permet reproduir vídeos infinitament, adaptant-los a les preferències que l’usuari vaig mostrant mentre hi interactua.

2.3. Definint les *girl trends*

Sota el nom *girl trends*³ s'agrupen un conjunt de tendències populars a TikTok en què diverses activitats o comportaments es categoritzen amb el prefix “*girl-*” per associar-les a una feminitat estereotípica, sovint amb un to irònic i humorístic (Garnika Íñigo, 2024). Dita feminitat apareix sovint caracteritzada per l'autodisciplina, les rutines de bellesa i els hàbits de consum (Garnika Íñigo, 2024), així com fent referència a temes com el maquillatge, la roba, el color rosa, i una aparent ingenuïtat (Bickford, 2023).

D'entre les *girl trends* més populars⁴ trobem la tendència “*I'm just a girl*”, on s'il·lustren escenaris de la vida quotidiana i on les noies que les protagonitzen associen determinades maneres d'actuar al seu gènere. Generalment, són vídeos relacionats amb l'interès pel maquillatge o la roba, hàbits de consum considerats “excessius” o experiències grupals generades en grups exclusivament femenins.

D'altres il·lustren “maneres de fer femenines” en relació amb diverses activitats. En la tendència “*Girl math*”, per exemple, les noies expliquen la manera com calculen les seves despeses segons els seus “interessos femenins”. Aquests càlculs difereixen de la manera racional/matemàtica de calcular en tant que s'orienten a consumir més i evitar el sentiment de culpa.

Responent a la naturalesa cada vegada més visual de les identitats, a TikTok també s'han popularitzat diversos *aesthetics* que segueixen una “lògica hiperfemenina”⁵, estètiques que s'acaben traduint en “maneres de ser” o “maneres de fer” concretes. Una de les més populars, anomenada “*That Girl Aesthetic*”, representa un estil de vida ideal o aspiracional, on noies joves exposen les seves rutines orientades a assolir objectius personals, generalment vinculats a la tranquil·litat i la pau mental o a l'assoliment d'una aparença física concreta. Aquestes rutines es basen en activitats específiques, com realitzar esport, beure aigua, hidratar-se la pell, menjar saludable o fet meditació, entre d'altres.

³ En el present treball, també es fa referència a aquestes tendències com a “tendències d'hiperfeminització”. Tots dos termes són usats indistintament.

⁴ A causa de la naturalesa de TikTok, on qualsevol usuari és un potencial creador, les tendències varien molt ràpidament. Les tendències definides i agrupades sota el terme “*girl trends*” s'han escollit a partir d'una enquesta exploratòria, presentada més endavant.

⁵ Un exemple podria ser l'estètica “*clean girl*”, la qual fa referència a un tipus de noia que sempre va arreglada, es cuida, es veu neta, té cura dels detalls, fa bona olor, etc. Altres exemples també podrien ser l'estètica “*coquette*”, caracteritzada pel color rosa, el maquillatge i els llaços; l'estètica “*demure*”, vinculada a un estil més elegant, arreglat i discret; o l'estètica “*girly girl*”, la qual mostra un tipus de noia estereotípicament femenina en sentits diversos del terme.

Finalment, també es té en compte en aquest treball la tendència “*How I love being a Woman*”, on les noies mostren situacions viscudes en grups exclusivament femenins, valorant-ne els elements positius (generalment en contrast amb les vivències pròpies dels grups masculins). Aquestes situacions sovint van vinculades, de nou, al consum de roba i maquillatge, però també a maneres de relacionar-se considerades “femenines”.

2.4. “Hiperfeminització”: submissió o subversió?

Aquesta representació estereotípica de la feminitat ha estat objecte de controvèrsia entre diversos corrents del feminisme⁶: mentre algunes persones veuen aquestes tendències com un retrocés als rols de gènere patriarcals, d’altres les interpreten com una relectura irònica o reivindicativa que busca desafiar-los i resignificar-los. El debat també s’ha estès a l’àmbit acadèmic, plantejant-lo com una qüestió entre oportunitat política i passivitat (Bickford, 2023), subversió i reproducció de l’opressió (Sandall, 2024), empoderament i reproducció dels estereotips de gènere (Vigdal Hegerberg, 2024), qüestionament i reforç dels estàndards opressius (Molinar-Santos, 2023), o resistència i normativitat (Pierce, 2022).

En aquesta recerca, es reformula el debat en dos posicionaments principals: la hiperfeminització com a reproducció dels rols de gènere tradicionals i la hiperfeminització com a oportunitat política.

2.4.1. Reproducció dels rols de gènere tradicionals

Per una banda, trobem un posicionament crític que sosté que les dites tendències reproduïen els rols de gènere tradicionals, considerant-los resultat d’estructures de poder patriarcals i neoliberals. Denuncien el “post-feminisme”⁷ per celebrar l’individualisme, l’empoderament sexual, la feminitat cosificada, l’autodisciplina i l’autocontrol, defensant que atempta contra el feminisme col·lectiu i contribueix a enfortir les estructures de poder (Petersson McIntyre, 2021; Vigdal Hegerberg, 2024).

⁶ Tot i que la temàtica d’aquesta recerca estigui estretament vinculada amb els incipients debats entorn les *Trad Wives* (“dones tradicionals”), el present treball se centra només en les *girl trends* tal com s’han descrit. La raó de tal elecció és purament pragmàtica, en tant que el gran nombre de debats i controvèrsies que la representació de la feminitat a internet ha generat en els últims anys són inabastables en una recerca d’aquesta extensió i naturalesa.

⁷ Des d’aquest corrent crític es fa referència a l’altra posició sovint sota el nom de “post-feminisme”. En el present treball s’usen de manera indistinta termes com “feminisme mercantilitzat”, “feminisme de lliure elecció” i “feminisme liberal” per fer referència al mateix posicionament.

Aquest posicionament crític assenyala el paper que juga el mercat en la construcció social de la feminitat, convertint la lògica del lliure mercat en un model aplicat a decisions no econòmiques. Afirmen que, sota aquesta retòrica, es responsabilitza les dones de les seves accions i es legitima la –injusta– narrativa de la lliure elecció (Petersson McIntyre, 2021). Denuncien així que qualsevol decisió d’una dona és considerada feminista per defecte, obviant les limitacions estructurals que condicionen les seves eleccions (Gill, 2007; Molinar-Santos, 2023) i excloent el conjunt de dones que, en una posició menys privilegiada, no tenen la possibilitat d’escollir (Sandall, 2024).

Sent crítiques amb el feminisme de lliure elecció, assenyalen que promou l’èxit professional, el consum i l’autocura com a formes d’empoderament, tot impulsant un model de feminitat consumista, marcat per la inseguretat i competitivitat (Molinar-Santos, 2023). Les tendències d’hiperfeminització, defensen, difuminen la frontera entre subjectivitat i objectificació, afavorint la infantilització i despolitització del rol femení, i promovent el “dret” a ser boniques i dependents, tot trivialitzant les conquestes feministes (Petersson McIntyre, 2021).

En resposta al discurs de la lliure elecció, aquestes autores defensen que les decisions individuals venen socialment determinades i emfatitzen el paper que juguen les estructures de desigualtat en les decisions individuals. En paraules de Hirschman (2006: 173), “com sabem que el que jo vull és ‘realment’ el que jo vull, en lloc d’una adaptació de les meves preferències a unes opcions limitades injustament?”.

2.4.2. Oportunitat política

Per altra banda, trobem un posicionament alternatiu que veu en l’espai digital una oportunitat política. Afirmen que, en ser contextos generalment feminitzats, les xarxes socials poden donar agència a les dones (Vigdal Hegerberg, 2024) i permetre’ls subvertir els discursos hegemònics masculins, així com suposar un avantatge pel moviment feminista a l’hora de disseminar i difondre informació (Caldeira, 2021).

Des d’aquesta perspectiva, es defensa el potencial subversiu i empoderador de les tendències d’hiperfeminització i, en lloc de considerar-les una representació de la reproducció dels rols tradicionals, defensen que l’experiència femenina que es comparteix a TikTok ajuda a visibilitzar una opressió sovint naturalitzada en societat.

Situant el focus en les raons per les quals les noies creen i consumeixen aquest contingut, afirmen que les *girl trends* aconsegueixen generar sentiments de pertinença en permetre a les noies compartir “experiències femenines” en les quals altres noies es poden veure emmirallades (Vigdal Hegerberg, 2024).

Aquest posicionament també posa en relleu el potencial reivindicatiu de la reapropiació de la feminitat⁸. En paraules de Vigdal (2024: 7): “Being girly, liking pink and embracing femininity were all traits that have previously been shamed in popular culture that now were celebrated among women on TikTok”.

3. Marc conceptual: com entendre la feminitat?

Per definir la feminitat en el present treball, s’atén tant la seva dimensió estructural, determinada per relacions de poder que invisibilitzen el seu caràcter construït, com la seva materialització en subjectivitats, les quals reproduïxen o desafien aquestes normes socials.

3.1. Dimensió reproductora/estructural

Per una banda, i des d’una mirada macrosocial, podem entendre la feminitat com el conjunt de concepcions, atributs, comportaments i rols típicament associats a les dones. Atès el seu caràcter construït, la concepció social de la feminitat varia entre cultures i contextos històrics. En el context occidental, la feminitat s’ha vinculat històricament tant amb trets físics –com la suavitat, la delicadesa i la bellesa– com amb comportaments pràctics –com l’empatia, la sensibilitat i les cures (Garnika Íñigo, 2024).

Basades en unes relacions de gènere jeràrquiques, la norma social de la feminitat es presenta com a part d’una “naturalesa femenina”, invisibilitzant el seu caràcter performatiu (Butler, 2006/1990). Davant l’evidència de la seva naturalesa opressiva, al llarg de la història els moviments feministes han qüestionat les nocions tradicionals de la feminitat, defensant una concepció més àmplia de les identitats i experiències de les dones⁹ (Garnika Íñigo, 2024).

⁸ Per comprendre com es produeix la reapropiació de la feminitat, podem recórrer al concepte de “desidentificació”, generalment usat en estudis queer i descrit per Pierce (2022: 201) com el procés pel qual individus de grups minoritaris transformen i reinterpreten els conceptes dominants com una estratègia de supervivència i resistència, actuant alhora ‘amb’ i ‘en contra’ de la cultura hegemònica. Aquests subjectes prenen les normes de la cultura dominant, que perceben com a alienes, i les resignifiquen amb la intenció de desmantellar els mecanismes d’opressió i crear espais d’empoderament.

⁹ És interessant analitzar els canvis en els moviments feministes al llarg del temps per entendre quins eren els ideals de la feminitat en diversos moments històrics. Per exemple, l’ideal de dona de mitjan segle XX a occident es basava en el compliment del seu rol com a mare, esposa i mestressa de casa (Friedan, 1963); així es va anar creant un moviment feminista que volia visibilitzar i alliberar-se dels rols institucionalitzats entre els

Tot i que la definició que Butler conforma una de les bases teòriques del present treball, la feminitat no s'ha d'entendre com una simple extensió de la condició de dona (Hoskin i Blair, 2022), sinó com una construcció social basada en l'hegemonia de la masculinitat. De la mateixa manera que s'entén el gènere com un constructe relacional, creat sobre unes estructures de poder home-dona, s'aborda la feminitat com a resultat de l'oposició masculinitat-feminitat.

Aquesta dualitat es basa en la centralitat de la masculinitat, entenent la feminitat sempre com a oposició, negatiu, revers o antivalor (Martínez-Herrera, 2007). Originada en la dimensió epistemològica, la dualitat masculí-femení representa el contrast entre un coneixement fonamentat en la racionalitat i l'estoïcitat, considerat neutral; i un coneixement associat a la irracionalitat i l'emoció, el qual és infantilitzat, devaluat i marginat (Hoskin i Blair, 2022). La problemàtica rau en el fet que aquesta jerarquia és invisibilitzada, assumint la masculinitat com a única possibilitat d'ésser i com una situació irrevocable. Aquesta lògica s'estén a moltes altres dimensions: entre públic i privat, justícia i cures, producció i reproducció, així com competència i cooperació (Martínez-Herrera, 2007).

3.2. Dimensió subversiva/reivindicativa

La dualitat descrita es manifesta en subjectivitats, percepcions i interpretacions del món que s'adhereixen als canons de la masculinitat o la feminitat, reproduint un o l'altre sentit de l'imaginari social (Martínez-Herrera, 2007). Per entendre aquesta segona dimensió ens és especialment útil l'aportació de les "feminitats crítiques". Des d'aquesta perspectiva es defensa una visió multidimensional de la feminitat que superi les perspectives que vinculen la feminitat únicament a l'opressió, la subordinació, la sexualització i l'objectivació de les dones, en tant que les consideren no només reduccionistes, sinó políticament limitants (Dahl i Sundén, 2018; Hoskin i Blair, 2022).

Es pren aquest punt de vista com a complementari a l'anterior perquè, tot i defensar que l'adhesió a les normes de la feminitat-masculinitat pot reproduir l'ordre social, també se sosté que la devaluació de la feminitat no es deu a un valor intrínsecament inferior, sinó a una devaluació social basada en la desigualtat de gènere. En altres paraules, la feminitat no és, per si mateixa, una eina de desempoderament o subordinació, sinó que es fa subordinada mitjançant

gèneres. Va ser en adonar-se que el nou ideal que es construïa només responia a la imatge de dones blanques, de classe mitjana-alta, casades, heterosexuales i cisgènere que els moviments feministes de finals del segle XX es van orientar cap a la visibilització i superació del classisme, el racisme i la cisheteronormativitat (Hoskin i Blair, 2022), defensant una concepció més diversa de les dones.

una devaluació social d'allò que s'associa al gènere femení (Hoskin i Blair, 2022; Middleton, 2019).

Per comprendre aquesta dimensió més identitària de la feminitat, és imprescindible prendre una perspectiva interseccional, ja que és des dels feminismes negres i queer que s'inicia aquesta reivindicació de la feminitat com quelcom subversiu i empoderador. Des d'aquests col·lectius es denuncia que la consideració de la feminitat merament com a opressió és fruit d'una mirada blanca, heterosexual i de classe mitjana (Dahl i Sundén, 2018; Hoskin, 2019; Hoskin i Blair, 2022; McCann, 2018). És per això que, com a resposta, proposen una feminitat que incorpori una major diversitat de subjectes, especialment aquells a qui històricament se'ls ha negat la possibilitat de ser reconeguts com a femenins¹⁰ (Serrano, 2013).

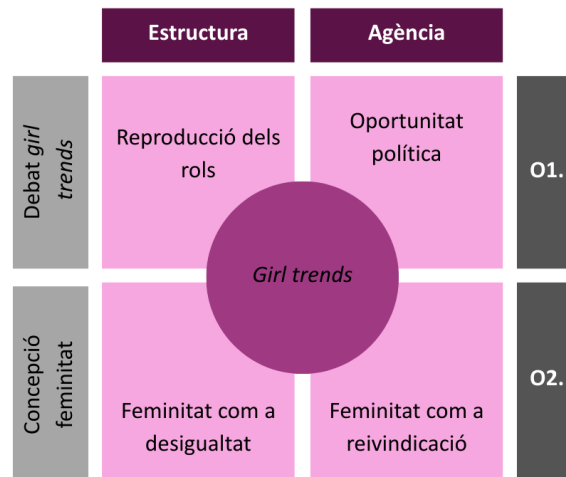
4. Model d'anàlisi

Per traslladar el debat teòric i la concepció de la feminitat al nostre objecte d'estudi, es proposa el següent model d'anàlisi, representat a la figura 1. Aquest model visualitza la dicotomia entre estructura i agència tant en relació amb la representació de la feminitat (entenent-la en termes de reproducció vs. oportunitat política) com amb la concepció mateixa del gènere (entenent-lo com una tensió entre desigualtat estructural i potencial reivindicatiu).

A partir d'aquest plantejament, es deriven dos objectius de recerca que aborden ambdues dimensions del fenomen. El primer objectiu (O1) és analitzar com es manifesta el debat entre la reproducció dels rols de gènere i les oportunitats de subversió política en l'experiència de les usuàries de TikTok. El segon objectiu (O2) busca explorar com aquestes usuàries negocien la seva identitat femenina i desenvolupen estratègies pròpies davant les tendències i representacions que consumeixen. Per a assolir aquests dos objectius, s'opta per una metodologia qualitativa, presentada al següent apartat, amb la intenció de captar els elements d'identificació, contradicció i rebuig presents en el discurs de les usuàries de la plataforma.

¹⁰ Generalment, es fa referència a col·lectius com les dones negres, els homes gais, tot l'espectre de la feminitat trans i diverses expressions de feminitat lèsbica (Dahl i Sundén, 2018; Serrano, 2013; Schwartz, 2018).

Figura 1. *Model d'anàlisi*



5. Metodologia

5.1. Justificació de l'enfoc metodològic

Degut al *boom* que TikTok ha experimentat en els últims anys, diversos acadèmics han volgut explorar les seves potencialitats com a espai d'anàlisi. Sovint, les recerques al voltant de TikTok s'han basat o bé en l'estudi del contingut mitjançant mètodes de semiòtica i sociolingüística adaptats al context digital, o bé en l'estudi de la difusió del missatge a partir de mètodes quantitius d'anàlisi.

La majoria d'estudis sobre les tendències d'hiperfeminització segueixen una metodologia qualitativa o mixta, combinant l'anàlisi de les metadades amb l'examen dels elements interpretatius de les tendències. Podem identificar tres aproximacions principals segons el criteri de selecció dels vídeos: a través dels *hashtags* associats (Bickford, 2023; Cijssouw, 2022; Golden, 2023; Weller, 2020), de les creadores de contingut més populars (Castellví-Lloveras, 2023; Sandall, 2024; Molinar-Santos, 2023; Rosaria i Wijaya, 2022) o de les cançons que acompanyen els vídeos (Patouras i Tanner, 2024).

Els estudis realitzats fins al moment ens han permès desenvolupar la base teòrica d'aquest treball. No obstant això, a causa del desequilibri en la recerca existent —centrada majoritàriament en el context de creació i no en l'impacte de les tendències d'hiperfeminització— el present estudi es focalitza en la recepció dels vídeos des de la perspectiva de les seves usuàries. Aquesta decisió es basa en la convicció que, contràriament al que se sobreentén en la majoria d'estudis, les usuàries de TikTok són subjectes amb un paper

actiu a l'hora d'interpretar aquestes tendències i negociar la concepció que tenen de la feminitat.

La influència dels estudis culturals en la tria metodològica és clara. La doble intencionalitat de donar valor a TikTok com a espai d'anàlisi i importància a les seves usuàries com a subjectes actius en la construcció de la concepció del gènere que es fa a TikTok es justifica a través de l'obra de Paul Willis i, en concret, de la influència directa de "Common Culture" (1990). Seguint a Willis (1998/1990: 49), s'afirma que "la conclusió que s'acostuma a treure (...) [de] que els joves estan manipulats i dominats per la cultura comercial, és simplista i injustificada, és necessari reconèixer la creativitat de la cultura corrent, incloent-hi la creativitat del consum aparentment passiu".

5.2. Disseny metodològic i treball de camp

Per tal de captar la dimensió interpretativa mencionada, s'ha optat per un disseny metodològic qualitatiu, complementat amb una fase exploratòria inicial de caràcter quantitatiu. La tècnica principal emprada ha estat la realització de dos grups de discussió, formats per sis usuàries de TikTok en cadascun d'ells, d'entre 22 i 23 anys i seleccionades mitjançant mostreig per conveniència i "bola de neu". Per preparar-los s'ha elaborat un guió semiestructurat, mentre que l'anàlisi posterior s'ha dut a terme a partir de la gravació, transcripció i codificació de les sessions mitjançant el programari *Atlas.ti*¹¹. La dinàmica de les discussions ha començat amb unes preguntes inicials sobre l'ús general de TikTok i la percepció de les girl trends, seguides de la visualització de cadascuna de les tendències analitzades i d'un debat posterior.

Per tal d'orientar els grups de discussió i identificar les tendències més populars en el moment precís en el qual es fa l'anàlisi, s'ha dut a terme una enquesta exploratòria adreçada a noies d'entre 14 i 26 anys (n=145), distribuïda mitjançant *Google Forms* i compartida de nou a través de xarxes personals i mostreig en "bola de neu". Tot i que la mostra no és representativa, sí que ha permès obtenir una visió general de l'ús de TikTok i les percepcions sobre la feminitat entre un públic més ampli. L'enquesta, adjuntada als annexos, conté preguntes tancades de selecció única o múltiple, complementades amb preguntes obertes de caràcter opcional.

¹¹ S'adjunten als annexos tots els documents pertinents als grups de discussió.

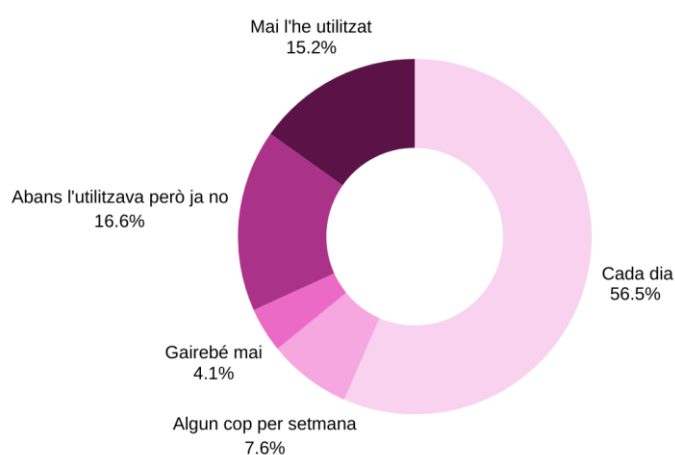
Finalment, cal tenir en compte que, atesa la naturalesa canviant de TikTok i el tipus de mostra emprada, aquesta recerca s'ha d'entendre com una lectura parcial i contextualitzada d'una problemàtica molt més àmplia. No es pretén generalitzar els resultats, sinó obrir un espai d'anàlisi sobre el paper que juguen les noies joves com a usuàries de l'aplicació a l'hora de construir una concepció pròpia de la feminitat.

6. Resultats i discussió

En aquest apartat es presenten els principals resultats del treball de camp. Primerament, s'exposen alguns resultats generals sobre l'ús de TikTok (6.1. i 6.2.), seguits d'una anàlisi més específica sobre el consum de les girl trends (6.3.). Posteriorment, s'aprofundeix en les diverses maneres com les usuàries perceben dites tendències, tenint en compte la interpretació que en fan i les respostes que generen (6.4.).

6.1. Freqüència i raons d'ús

Figura 2. *Gràfic freqüència d'ús de TikTok*



Com es pot observar a la Figura 2, els resultats de l'enquesta mostren una freqüència d'ús clarament polaritzada de TikTok entre les participants. Mentre que un 56,6% afirma utilitzar l'aplicació diàriament, un 35,9% assegura que no la fa servir mai o gairebé mai. Degut a la naturalesa de TikTok, es podria concloure que aquesta dicotomia es deu a l'efectivitat de la plataforma per “enganxar” l'usuari. Els grups de discussió reforcen aquesta idea. Tot i que en l'elecció de les participants s'ha tingut en compte el coneixement sobre les tendències objecte d'estudi i la familiarització amb l'aplicació, veiem com totes elles s'hi declaren “addictes”.

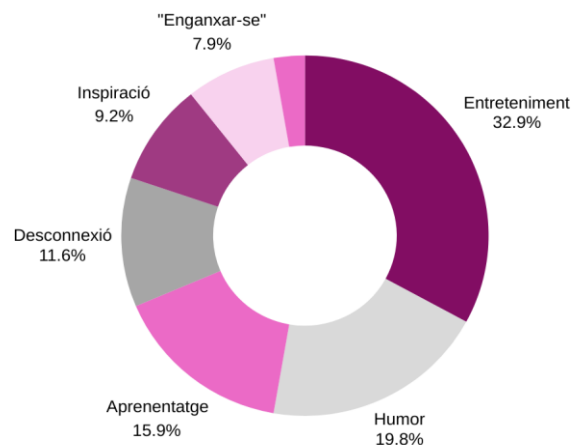
Participant 1: La meva relació amb TikTok és que [en] soc addicta, bàsicament [riu]. Consumeixo molt TikTok i, de fet, moltes vegades he tingut la necessitat de deixar TikTok, però no puc.

Participant 3: Jo també consumeixo bastant TikTok. Ara estic passant a Reels¹² també, però perquè vull deixar TikTok però no puc [riuen], doncs me'n vaig a Instagram, però acabo a Reels, doncs és una mica contradictori.

Participant 6: Jo la relació que tinc amb TikTok és de dependència [totes riuen]. He intentat deixar-ho moltes vegades però no puc. (Grup 2)

Tant a l'enquesta com als grups, les raons d'ús que semblen ser més conscients i compartides són l'entreteniment o humor, la recerca d'informació o recomanacions i la necessitat de "desconnexió" de la realitat (veure Figura 3).

Figura 3. Gràfic raons d'ús de TikTok



Tanmateix, als grups de discussió podem observar com TikTok ha deixat d'usar-se únicament com a font d'oci i ha esdevingut una eina útil per a molts altres àmbits quotidians. Les següents cites així ho exemplifiquen:

Participant 1: Jo he de dir que en els últims anys he començat a utilitzar TikTok per buscar com un Google, cosa que mai havia fet. Abans sempre era allò típic de... a Google, entres i busques el que sigui, però ara a vegades

¹² Els Reels d'Instagram són vídeos del mateix format que els de TikTok. La diferència es troba en el fet que l'algoritme de TikTok és molt més precís que el d'Instagram, fet que suposa una sensació d'addicció diferent a una i l'altra plataforma. Sovint, les tendències es popularitzen primer a TikTok i al cap d'uns dies es difonen pels Reels d'Instagram.

depèn del que vulguis buscar ja és com... "ho buscaré TikTok" perquè em sortirà un vídeo, serà molt més visual, serà molt més ràpid, i amb 15 segons de vídeo ja m'explicarà tot. I m'estic adonant que sí, que l'utilitzo molt com a cercador.

Participant 2: Sí, sí. Jo ahir mateix també que buscava viatges; per [decidir] on viatjar ho buscava a TikTok, llavors depèn de les imatges i el que em mostrin doncs decideixo, perquè al final el que més visualitzacions té és el que més gent ha vist, és com el més acceptat pel màxim de gent, doncs llavors deu ser el millor. Tinc aquesta sensació.

Participant 4: I també pel que has dit... que és molt visual. Jo una vegada havia de fer una cosa d'hisenda, que era fàcil de cercar per internet, però després vaig dir "ah, vaig a anar a TikTok" i ho vaig entendre millor perquè t'anava ficant com les seccions que havies de fer amb imatges i era molt més fàcil de seguir. (Grup 2)

Alhora, els grups de discussió també ens permeten aprofundir en raons d'ús menys intencionals. Tot i que en preguntar per la utilitat de TikTok, el sentiment de comunitat que pot generar és l'opció menys seleccionada a les enquestes, en diversos moments d'ambdues discussions es fa referència a la sensació de pertinença que aporta usar l'aplicació i, consegüentment, a la sensació d'exclusió quan no es fa servir. Quan preguntem per l'experiència intentant deixar d'usar l'aplicació, ens diuen el següent:

Participant 4: Et fa sentir més connectat a la resta perquè és veritat que quan tenia TikTok (...) estava més assabentada de coses que passaven (...). Potser ara no tant. Amb altres apps també ho pots tenir, però crec que et fa sentir més connectada a la gent. Perquè clar si tothom el té....

Participant 3: I si no tens TikTok, no estàs dins de...

Participant 6: No estàs dins de la "jerga", no no.

Participant 2: Jo quan no tenia TikTok hi havia moltes coses que no m'enterava i moltes cançons que no sabia quines eren i moltes coses així que dius: "què heavy".

Participant 6: És com estar desconnectada del món. (Grup 1)

6.2. Autonomia i criteri propi davant l'algoritme

En general, podem observar com l'ús de l'aplicació no sol ser ni del tot conscient ni del tot voluntari. Tanmateix, totes elles semblen ser conscients i crítiques tant amb l'addicció que TikTok genera com amb els efectes negatius que pot implicar ser-ne usuària. Així ho exposen les participants del primer grup de discussió:

Participant 1: De fet, jo crec que hi ha més coses negatives que no pas positives. El que passa és que al final, en un moment en el que necessites desconnectar, TikTok t'enganxa i aleshores m'evadeixo de tot el que hi ha al meu voltant i em permet desconnectar.

Participant 2: Jo crec que et pot aportar moltes coses bones, el problema és que té aquest punt addictiu. Jo puc entrar a buscar alguna cosa perquè ho necessito i em quedo una hora. I penses: "no necessites aquesta hora per estar buscant coses". És el fet d'entrar i ja t'enganxa i et quedes. (Grup 1)

Mostrant-se conscients dels seus efectes negatius, totes les participants coincideixen en la importància de desenvolupar una mirada crítica a l'hora de consumir contingut a TikTok. Problematitzen el fet que altres persones a qui els manqui aquest criteri poden veure's afectades negativament i mencionen les estratègies que elles usen com a usuàries per evitar aquests potencials efectes, com la "d'entrenar l'algoritme" per evitar recomanacions nocives i potenciar continguts que consideren beneficiosos. Els següents fragments exemplifiquen la problematització i estratègies esmentades:

Participant 2: Clar, també nosaltres és com que hem tingut aquest punt de reflexió d'alguna manera, de dir... "estic veient aquests vídeos però sé que hi ha alguna cosa que potser no està bé" o que ho podem problematitzar en certa manera, però jo no sé fins a quin punt la meva cosina de catorze anys quan vegi això veurà l'alternativa.

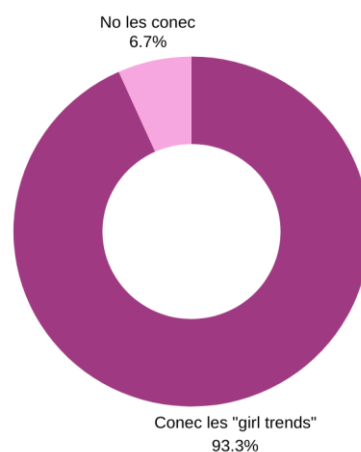
Participant 6: Clar, perquè també és veritat que potser som ja una miqueta més grans i una mica més crítiques amb això, (...) però sí que és veritat que les meves nenes de sisè de primària que estan addictes al TikTok (...) no són ni suficientment grans, ni madures, ni crítiques per dir que potser no cal seguir-ho tot o no cal portar-ho tot fins a un extrem. (Grup 1)

Participant 3: Realment crec que [TikTok] té també moltíssims [efectes] positius, perquè crec que aprenc moltes [coses]. També tinc molt entrenat, crec, el meu algoritme de TikTok [riu] perquè em surtin coses que em van bé. No em surt gent al gimnàs matant-se, que em pugui fer sentir malament per no fer el mateix, sinó que em surt tot el contrari, jo què sé, una dona "body positive"¹³ dient-me, "pots anar al gimnàs i no t'has de sentir malament per no tenir un cos perfecte". (Grup 2)

6.3. El consum de les “girl trends”

Els resultats de les enquestes ens demostren que les tendències objecte d'estudi són populars en el context en el qual es duu a terme l'anàlisi. Com s'indica a la Figura 4, un 93,1% de les persones enquestades (tinguin o no TikTok) afirmen conèixer les *girl trends*. La mateixa situació es reproduïx als grups de discussió, en tant que totes les participants asseguren consumir la majoria de les tendències que els mostro en el seu dia a dia.

Figura 4. Gràfic coneixement Girl Trends



En reflexionar sobre per què creuen que els apareix aquest contingut a TikTok, es mostren conscients sobre la “bretxa” de gènere de l'algoritme. A tots dos grups sorgeix la reflexió sobre la dicotomia que hi ha a l'aplicació entre un contingut dirigit al públic femení – relatiu a una feminitat hegemònica (roba, maquillatge, decoració, etc.)– i un de diferent que

¹³ El moviment “body positive” és una corrent molt popularitzada en els últims anys a xarxes socials. De manera molt resumida, es defensa que tots els cossos són vàlids i dignes de ser respectats, independentment del seu aspecte. A TikTok i altres xarxes socials, es tradueix en continguts que promouen l'autoacceptació i trenquen amb els ideals de bellesa tradicionals.

associen al masculí –vinculat, de nou, a una masculinitat tradicional (finances, cotxes, futbol, etc.).

Participant 2: Jo em fixo molt en [la diferència entre] el TikTok del meu nòvio i el meu. Clar, li surt tot futbol, que també és el que ell alimenta, però si li preguntes per la skin care o coses d'aquestes... clar, és que ell no l'hi ha sortit mai, ni li ha arribat a sortir ni res, saps?. (...) Tot l'algoritme és completament diferent. Igual amb el meu pare, igual amb el meu germà. A mi mai m'han sortit, no sé, em surten uns TikToks de dones específics que no són els mateixos que els hi surten els homes perquè [a ells] els surten TikToks de dones completament diferents, sobretot molt sexualitzades. (Grup 1).

Totes les participants semblen ser conscients d'aquesta dicotomia. A més, al llarg de la reflexió es fa evident que totes conceben aquest biaix no com quelcom intrínsec a l'algoritme sinó com a resultat dels interessos divergents que nois i noies presenten a l'aplicació. El fet de percebre aquesta dicotomia fa sorgir contradiccions entre les participants: per una banda, s'hi senten identificades, però per l'altra, problematitzen que moltes altres persones s'hi puguin sentir excloses.

6.4. Percepcions i respostes a les tendències d'hiperfeminització

Les contradiccions esmentades apareixen de manera transversal al llarg de tota l'entrevista. A continuació es presenten els resultats relatius a les percepcions i sentiments que les tendències d'hiperfeminització generen entre les seves usuàries. S'han classificat dites interpretacions en quatre grans blocs: (1) la identificació i l'alliberament, (2) la idealització i culpabilitat, (3) el rebuig i la problematització i (4) les estratègies de reivindicació i resignificació.

6.4.1. Identificació i alliberament

Quan es pregunta directament pel sentiment d'identificació amb cadascuna de les tendències que es reproduïxen, la majoria de les respostes són positives. A trets generals, podem dir que les participants dels grups de discussió s'identifiquen amb les *girl trends*. En el que sí que difereixen les participants és en les raons per les quals creuen que s'hi identifiquen. Mentre algunes ho associen a quelcom independent del seu gènere, altres ho consideren fruit de la seva socialització com a dones.

Participant 3: Crec que són coses que literalment a totes ens passa a no ser que siguis una persona que rebutja moltíssim la feminitat. Però si no, jo crec que sí que poden identificar gairebé totes les dones. Si no és un, és un altre, però en major o menor mesura, sí. (Grup 2)

Participant 4: Jo crec que sí que et pots sentir identificada però jo crec que la cosa és que en comptes de veure-ho com un estereotip ho generalitza. El problema que jo tinc amb aquests vídeos és com que ho romantitza molt i sembla que tothom hagi de ser així quan ja no hi ha noies que no són així... (Grup 1)

Ahora, aquesta identificació varia segons la tendència i la participant. Mentre que en alguns casos elles mateixes afirmen que aquestes tendències representen quelcom que ja pensaven anteriorment, en altres casos expliciten que si s'hi senten identificades és perquè la mateixa tendència els ha condicionat la seva manera de pensar o actuar. Els següents fragments sobre la tendència “*Girl Math*” així ho demostren:

Participant 1: El “Girl Math” com a tal jo ja el feia servir abans de la tendència i quan la vaig veure em vaig sentir tan identificada, dic “no soc la única, menys mal”. I després ho vaig parlar amb la meva mare i a la meva mare li passa igual. (Grup 1)

Participant 3: Jo no ho feia fins que va sortir aquest trend (...). De fet, al principi a mi personalment no em feia gràcia, va començar a fer-se molt i ara és una cosa que jo utilitzo (...), és com que ho he incorporat. (Grup 2)

Es pot observar com la identificació esmentada ve acompanyada, a vegades, de sentiments “d’alliberament”. Segons afirmen, aquesta sensació d’alleujament ve donada o bé perquè els permet acceptar una feminitat que s’havien vist obligades a negar durant l’adolescència, o bé perquè performant certa estupidesa o innocència poden fer front a la pressió social per assolir la perfecció.

Participant 2: A mi és veritat que... jo crec que quan em van començar a sortir aquestes tendències en part em van tranquil·litzar una mica. Però perquè és com que (...) moltes [noies] hem passat per una adolescència d'haver d'estar lluitant tota l'estona de... “no em vull depilar perquè no em

dona la gana”, “perquè vaig en contra dels meus pares i perquè me la pela no encaixar” (...) o almenys jo ho he viscut així. Com de “he d'estar lluitant perquè és igual si no encaixes, és igual si no et depiles, és igual si no et vesteixes així”. Però arriba un punt que també penses com... i si em vull depilar?, doncs em depilo i "I'm just a girl". (Grup 1)

6.4.2. Idealització i culpabilitat

Quan s'indaga en les raons d'ús d'aquestes tendències es pot observar que hi ha una diferència significativa entre aquelles usuàries que consumeixen el contingut únicament quan s'hi senten identificades –i que, per tant, rebutgen el contingut on no es poden emmirallar– i aquelles que, tot i no sentir-se representades pel contingut, el consumeixen igualment perquè els vídeos els resulten satisfactoris, agradables o plaents. En reflexionar sobre els vídeos on altres noies mostren les seves rutines diàries, apareix la següent reflexió:

Participant 2: Sí, jo els veig i m'encanta veure'ls, però també penso que és totalment el contrari del com són els meus matins, per exemple. O sigui, em surten molts “morning routines” i coses d'aquestes. Jo no faig res d'això i m'encantaria, però és que ho veig i m'encantaria fer-ho, perquè penso que ho veus tot calmat, amb musiqueta, i penses "el meu matí és del tot menys calmat". O sigui, és estressant, saps? Perquè m'adormo. Però jo crec que et donen com un ideal de vida, que et penses que estarà molt bé i llavors per això et quedes, perquè et dona aquesta satisfacció de pau, de tranquil·litat. Jo crec que em quedo mirant-los per això, però clar, realment després ho penso i [riu] és tot al contrari del que faig jo els matins, però bueno. [totes li donen la raó]

Participant 4: Ja, és com el que t'agradaria que fos la teva vida. (Grup 1)

Es pot observar com aquesta idealització les porta a identificar efectes tant positius com negatius. Mentre que algunes d'elles afirmen que veure aquestes rutines “ideals” els ha permès introduir canvis en les seves rutines que llegeixen com a positius –com menjar més saludable, fer esport o ser més endreçades i organitzades– en altres ocasions ha generat sentiments de culpabilitat –fruit de la incapacitat per introduir tals canvis. Sentiment al qual també es fa referència a les respostes de l'enquesta.

Participant 2: Sí que és veritat que [aquestes tendències] m'han fet plantejar... perquè jo sempre he sigut molt desordenada, i sí que és veritat que sí que m'ha condicionat el veure el factor "clean girl", el factor "morning routine" (...) sí que m'ha condicionat en "vale, doncs vaig posar una mica d'ordre en la meua vida". (...) el factor de fer-me el llit, intentar menjar bé també... perquè també volia canviar la meua alimentació i on ho vaig mirar? doncs els tiktoks d'alimentació sana. (Grup 2)

Participant 6: A mi és que em genera sentir-me malament tota s'estona. A part de que no tinc ni aquest pis, ni aquest bol per ficar-me els cereals [totes riuen]. Si jo tinc un plat de cada color recaptat de jo que sé on, que ho he furtat!! Ni m'aixeco a les 7 per fer ioga... En plan, la meua vida no és aquesta i mirar això em fa sentir malament. (Grup 2)

Tot i que sembla gairebé inevitable no idealitzar les representacions quotidianes que consumeixen a TikTok, és interessant observar com la majoria de les participants acaben apostant per consumir contingut amb el qual se senten representades. Diverses participants ens expliquen que, en adonar-se de la culpabilitat que els generen certes tendències, han decidit apostar per d'altres més properes a la seva realitat:

Participant 2: A mi em fa sentir millor el "messy girl"¹⁴, perquè jo quan començava a veure el "clean girl", anys enrere, deia "ostres, és que jo no soc com la resta de noies". I jo pensava, "ostres, és que no soc normal" perquè veia aquests TikToks o inclús amigues que es cuidaven més i deia "ostres, és que no soc així", llavors em veia com una persona desordenada. En canvi, al veure de l'altra banda és com "ah, vale, soc normal". (Grup 2)

6.4.3. Rebuig i problematització

En diverses ocasions, també apareix el sentiment de rebuig o "pena" en consumir les tendències d'hiperfeminització, sobretot en els casos en què les usuàries perceben que es representa una situació fruit de la desigualtat de gènere. Els següents fragments així ho exemplifiquen:

¹⁴ Com s'ha exposat a l'apartat teòric, les representacions de la feminitat a TikTok es caracteritzen, en la majoria d'ocasions, per unes estètiques concretes (anomenades "aesthetics"). En aquesta cita es fa referència al "messy girl aesthetic", consistent en una estètica que representa noies desendreçades o desorganitzades, com a resposta a una de les estètiques més populars: el "clean girl aesthetic", descrita breument al marc teòric.

Participant 5: A mi casi todos creo que me harían gracia pero he de decir que cuando he visto el de depilarse solo la parte de abajo [de la pierna] como que me ha dado un poco de pena, en plan de decir "mierda, sí, pero joder..."

Participant 3: Sí, com la pena aquesta de dir "ho he fet". En plan, he sigut aquesta persona que he hagut de depilar-me perquè és el que he de fer, i depilar-me només [la part de baix de la cama] perquè és el que se'm veu. (Grup 2)

Participant 2: Respecte a aquest vídeo m'ha recordat a l'adolescència quan sortíem de festa o el que sigui, a l'hora de triar la roba jo pensava... i m'avergonyeix de què pensava, però pensava... "Aquesta roba li agradarà més als nois". (...) I em posava aquella roba per molt que jo tingués un [altre] estil.

Participant 5: Ya, yo es que siempre he visto [estos videos] desde la pena, la pena de la represión de... tener que vestir para gustar a un hombre. Siempre me ha dado pena verlo. (Grup 2)

En la majoria d'ocasions, el rebuig esmentat va acompanyat d'un discurs que problematitza les *girl trends*. Creuen que en alguns casos aquests vídeos no només representen situacions de desigualtat, sinó que ajuden a reproduir-la. Així ho discuteixen dues de les participants:

Participant 4: A mi em fa sentir incòmoda, sobretot el del cotxe de ficar-hi tiritas¹⁵. Que sí, que jo no sé com van els cotxes però és com... em fa sentir incòmoda.

Participant 3: Sí, perquè no sabem coses de cotxes però no és perquè siguem noies, és perquè no sabem coses de cotxes, però podríem saber-ne. Que jo tampoc en sé, però a mi el que no m'ha agradat d'aquell vídeo és que "soc una noia, vaig a ficar-li això" i "ja ja, solo soy una chica".

¹⁵ El vídeo reproduït, al qual es pot accedir a través del guió del grup (adjunt als annexos), mostra una situació on una noia dona un cop al cotxe i, enlloc d'arreglar-lo, li posa una tireta. Indirectament, s'està representant la idea que les dones no tenen coneixements sobre mecànica ni interès pels cotxes, temàtiques associades al gènere masculí.

Participant 4: Sí, com "les dones són tontes", no saben arreglar cotxes. (Grup 1)

Tot i problematitzar-los, totes elles concorden en el fet que el problema no només es troba en els vídeos *per se*, sinó en la falta de criteri de les persones que els consumeixen. Coincideixen a dir que és necessari veure aquests vídeos des d'una mirada crítica i que, tot i que elles els interpretin des de l'humor, són capaces de problematitzar-los en entorns masculinitzats o amb persones menys conscienciades. A la cita següent es pot observar com els sentiments de comunitat que aquestes tendències generen poden arribar a negar-se en entorns externs o amb persones que no comparteixen el mateix marc de referència.

Participant 4: És que jo això, amb una amiga riuria i li enviaria però si per exemple mon pare veiés el vídeo li diria "jo mai faria això", saps? Jo no admetria que això m'ha fet riure. O si, per exemple, estigués en una taula amb homes heterossexuals no diria "és que les dones no saben fer-ho", saps? Sentiria que m'hauria de defensar. (Grup 2)

6.4.4. Estratègies de reivindicació

Finalment, podem observar un discurs reivindicatiu envers les *girl trends*. En diverses ocasions, les usuàries fan referència al fet que, si consumeixen i comparteixen aquestes tendències no és perquè creguin objectivament en el que s'hi representa, sinó perquè defensen que representar la feminitat com quelcom positiu i desitjable permet allunyar-se de l'intent de negació de la mateixa que gairebé totes afirmen haver viscut al llarg de la seva vida. Així ho exemplifica la següent cita:

Participant 3: Jo de petita sempre vaig intentar ser tot el contrari, rebutjar tota aquesta feminitat. Necessitava molt aïllar-me de tot el que era femení i preferia apropar-me molt més al que implicava ser un home, com jugar a futbol, tot i que tampoc m'agradava. Sempre he sigut així i segueixo sent així... quan vaig entrar a la meva època feminista jo deia que no m'agradava el rosa, per exemple. Quan és una tonteria immensa. (...) Doncs, ara sí que estic abraçant molt més la meva feminitat i entenent-la. I ara entenc que em pot agradar també aquest tipus de contingut. (Grup 2)

El fet que es representi la feminitat a TikTok com quelcom positiu no només porta a acceptar-la com a part de la pròpia experiència o identitat, sinó fins i tot a reivindicar-la. En diversos moments de les discussions apareixen reflexions que apunten al fet que aquestes tendències permeten crear espais on compartir experiències femenines o reivindicar els aspectes positius de la feminitat en una societat que només valora les vivències i avantatges d'allò masculí.

Participant 1: És com que sento, ara que has dit això, que no hi ha trend de "I'm just a boy" o "Boy Math" perquè ells viuen de manera hegemònica tota la seva realitat i nosaltres per adaptar-nos hem de trobar trends que ens facin sentir identificades... (Grup 2)

Participant 3: Al final hi ha molt la bellesa cap a la dona o cap a l'home... Sento que quan no ets tan normativa els homes et miren com a objecte i nosaltres [les noies] veiem les coses maques. És a dir, els homes ens veuen com a objecte (...) i sento que una dona no té com aquesta mirada tan superficial del que és la bellesa i aquests vídeos ho representen molt bé.

Participant 2: I amb això del maquillatge... amb la roba també es pot aplicar. Nosaltres [les noies] podem veure un detall, "oh m'agrada el fleco d'aquest jersei" o el que sigui, en canvi els homes diran "ostres, aquest top et fa unes tetes" o "et marca el cul". Es fixaran més en si et veus sexi o no, que en si el color et queda bé amb la pell. (Grup 2)

Tot i ser conscients que aquesta reivindicació no és sempre la raó darrere dels vídeos que consumeixen, elles defensen la seva capacitat per resignificar-los en el seu propi benefici. Per exemple, quan reflexionen sobre la suposada ingenuïtat que les tendències d'hiperfeminització associen a les dones, afirmen que sovint aquesta no és assumida com quelcom "femení" passivament, sinó "usada" en benefici propi:

Participant 1: Sí, el punt irònic sempre va bé quan no tens ganes de discutir amb algú que tampoc t'entendrà doncs "I'm just a girl, arregla-ho tu" i a sobre li fas fer la feina a ell. Te n'aprofites.

Participant 3: A casa meva, amb el meu germà... [li dic] "no és que jo no sé com fer-ho" i ell [em diu] "joder, ja ho faig jo". O sigui, no es planteja que

jo ho pugui fer. Sento que amb el cotxe passa el mateix, "jo és que no en sé", i així ho fan.

Participant 4: És el que li diuen el privilegi femení, no? saps que pots aprofitar-te i ho fas.

Participant 3: Home, si el patriarcat m'oprimeix, l'utilitzo. (Grup 2)

Les participants també expliquen que aquesta capacitat per resignificar les tendències no només recau en les consumidores de la plataforma, sinó que també hi ha creadores que hi contribueixen de manera activa, fins i tot arribant a denunciar situacions de violència a través de les *girl trends*.

Participant 2: No sé si l'heu vist mai el trend de "run like a girl", corre com una noia, però no cap a la mirada de córrer malament. No, sinó cap a la mirada de noies corrent de violadors o agressors (...). I identificar-te amb això ja crec que és "heavy" perquè és com... totes ens podem identificar, saps?

Participant 3: I un altre trend que no sé si s'ha parlat és el de "I'm just a girl" però mostrant un abús. És com el "I'm just a girl" [però] de "me cago en la puta, I'm a girl". S'ha extrapolat el trend a "quina putada ser una dona perquè vosaltres no penseu en això però jo vaig pel carrer baixant-me la faldilla o preocupada per si un home em diu alguna cosa". I també m'agrada que aquests trends puguin polititzar-se cap a lo negatiu de ser una dona i que també es faci veu, no és només que "le pongo una tirita a mi coche", sinó que és que també "sufro cada dia por ser mujer". (Grup 2)

7. Discussió i conclusions

Els fragments exposats han permès exemplificar diverses maneres com les tendències d'hiperfeminització són percebudes entre les seves usuàries i demostrar que la relació entre el contingut i les consumidores d'aquest és complexa i amaga molts matisos. Contràriament al discurs que s'acostuma a generar entorn de les *girl trends*, que les estudia com quelcom abstracte i desvinculat de la realitat, aquesta recerca ha posat de manifest que les usuàries són subjectes actius a l'hora de negociar l'ideal de feminitat que sovint és representat a TikTok.

La primera pregunta de recerca (Com es materialitza el debat entre reproducció i oportunitat política en l'experiència de les usuàries de TikTok?) no admet una resposta simple ni unívoca, sinó que presenta matisos i complexitats evidenciades al llarg de l'anàlisi. Les aportacions de les participants bé ens podrien servir per justificar el posicionament de la reproducció estructural com ens serien d'utilitat per defensar el posicionament contrari.

Per una banda, s'ha pogut observar que les tendències d'hiperfeminització contribueixen a promoure una concepció de la feminitat fonamentada en ideals patriarcals i consumistes. La majoria de les participants han explicat que aquestes tendències les han fet dubtar sobre les seves capacitats, han empitjorat la seva autoestima i han ajudat a promoure hàbits de consum que consideren excessius. Tanmateix, si entenem que TikTok no és la causa, sinó el mitjà a través del qual es difonen els ideals esmentats, convé qüestionar fins a quin punt els impactes percebuts per les usuàries estan realment vinculats a l'ús de la plataforma, així com preguntar-nos a quins interessos responen aquestes representacions i quin paper juga l'algoritme en la seva difusió.

Per altra banda, també s'ha fet evident que les tendències esmentades han tingut impactes que les usuàries valoren positivament. Tot i que les tendències representin uns ideals que consideren negatius, gairebé mai els assumeixen acríticament. A partir de les aportacions dels grups de discussió, les participants han demostrat com una interpretació crítica de dites tendències permet dotar-les d'un potencial reivindicatiu, revaloritzant la feminitat en una societat que l'ha devaluada històricament. Entenent això, seria interessant continuar aprofundint en la manera com aquestes tendències –i moltes altres – són usades a la pràctica, allunyant-nos de la interpretació abstracta que sovint se'n fa.

Pel que fa a la segona pregunta (Com negocien les usuàries la representació de la feminitat a TikTok i quines estratègies desenvolupen com a resposta?), s'ha pogut observar com el discurs de les usuàries reflecteix una relació ambivalent amb les *girl trends*, que oscil·la entre la identificació i el rebuig, i entre la problematització i la reivindicació. És interessant observar que, tot i que vegin reflectida la seva realitat en dites tendències, són conscients de l'estereotip que aquestes reproduïxen, fet que les porta a adaptar-les i resignificar-les.

En aquest sentit, s'ha fet evident com, més enllà del significat superficial que les *girl trends* puguin representar, aquestes o bé s'interpreten des d'una mirada irònica compartida amb complicitat entre les usuàries (i negada fora d'aquests cercles) o bé es comparteixen amb la intenció de visibilitzar i denunciar situacions de violència. Seria interessant seguir analitzant

les diverses interpretacions que les tendències puguin generar, en entorns més o menys feminitzats, de major o menor edat o de contextos socials divergents. Amb l'objectiu de superar les limitacions del present treball caldria diversificar la mostra per poder aprofundir en l'impacte de determinants socials com la classe, el gènere o l'edat de les participants.

Dit això, aquesta recerca ha intentat trencar tant amb la visió alarmista sobre les xarxes socials com amb la visió victimitzadora de les seves usuàries. Al llarg de l'anàlisi s'ha pogut descobrir que TikTok no difereix gaire d'altres espais de socialització, en tant que permet fer infinites lectures sobre el que hi apareix i mostra una gran diversitat de representacions. Tanmateix, sembla imprescindible continuar usant-lo com a espai d'anàlisi per poder aprofundir en les concepcions que els i les joves tenen sobre el món que els envolta i la manera com l'usen per representar la seva realitat i auto-representar-se.

En definitiva, l'estudi posa en relleu que quan s'exploren les veus darrere de les girl trends, aquestes no poden ser enteses ni com a simples reproduccions acrítiques d'un ideal de feminitat concret, ni com espais de lluita i reivindicació en contra del mateix. Contràriament a aquesta idea, s'ha demostrat com a través de les tendències mencionades, les usuàries de TikTok generen espais de tensió on s'articulen discursos diversos i sovint contradictoris, però profundament significatius a l'hora d'entendre les concepcions socials entorn del significat de ser "només una noia".

8. Referències bibliogràfiques

Bickford, I. (2023). *A content analysis of TikTok bimbos through the lens of digital third-wave feminism* [Treball de fi de màster, California State University]. California State University. <https://hdl.handle.net/20.500.12741/rep:11820>

Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press. <https://doi.org/10.12987/9780300166439>

Butler, J. (2006). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203824979>. (Obra original publicada el 1990).

Caldeira, S. P. (2021). "It's not just Instagram models": Exploring the gendered political potential of young women's Instagram use. *Media and Communication*, 9(2), 5-15. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i2.3731>

Castellví-Lloveras, M. (2023). Just kidding... or not?": Ambiguity, failure, and humour in the representation of influencers' successful femininity on TikTok. *Mediální studia*, 17(2), 107-124. <https://medialnistudia.fsv.cuni.cz/>

Cijsouw, I. C. (2022). *Becoming that girl: Commodified self-actualization on TikTok*. [Treball de fi de màster, Tilburg University]. Tilburg University. <https://arno.uvt.nl/show.cgi?fid=158983>

Dahl, U. i Sundén, J. (2018). Guest editors' introduction. *European Journal of Women's Studies*, 25(3), 269-277. <https://doi.org/10.1177/1350506818774742>

Friedan, B. (1963). *The feminine mystique*. Dell Publishing.

Garnika Iñigo, A. (2024). *Portrayal and perception of gender norms in social media: analysis of the "I'm just a girl" TikTok trend* [DiVA]. Malmö University. <https://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1884560>

Gill, R. (2007). Postfeminist media culture: Elements of a sensibility. *European Journal of Cultural Studies*, 10(2), 147-166. <https://doi.org/10.1177/1367549407075898>

Golden, S. (2023). *Marketing 'that girl' and the commodification of womanhood on TikTok*. [Treball de fi de màster, Charles University]. Charles University. <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/185189/120458336.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Granados, M. (2020). I Turn My Camera On: Notes on the aesthetics of Tiktok. *The Baffler* 54, 96-103. <https://www.jstor.org/stable/26975672>

Hirschman, L. (2010). Choosing betrayal. *Perspectives on politics* 8(1), 271-278. <https://doi.org/10.1017/S1537592709992866>

Hoskin, R. A. (2019). Femmephobia: The role of anti-femininity and gender policing in LGBTQ+ people's experiences of discrimination. *Sex Roles*, 81(11–12), 686–703. <https://doi.org/10.1007/s11199-019-01021-3>

Hoskin, R. A. i Blair, K. L. (2022). Critical femininities: A 'new' approach to gender theory. *Psychology & Sexuality* 13(1), 1-8. <https://doi.org/10.1080/19419899.2021.1905052>

Martínez-Herrera, M. (2007). La construcción de la feminidad: La mujer como sujeto de la historia y como sujeto de deseo. *Actualidades de Psicología*, 21(108). 79-95.

McCann, H. (2018). Beyond the visible: Rethinking femininity through the femme assemblage. *European Journal of Women's Studies*, 25(3), 278-292. <https://doi.org/10.1177/1350506818767479>

Molinar-Santos, I. (2023). *The patriarchy becomes that girl: TikTok and the mediatization of hegemonic femininity* [Tesi doctoral, California State University]. California State University. <https://scholarworks.lib.csusb.edu/etd/1644>

Patouras, S., i Tanner, C. (2024). "Oh how I love being a woman": Post-feminism and contemporary femininity on TikTok. *Feminist Media Studies*, 1–18. <https://doi.org/10.1080/14680777.2024.2442997>

Petersson McIntyre, M. (2021). Commodifying feminism: Economic choice and agency in the context of lifestyle influencers and gender consultants. *Gender, Work & Organization* 28(3), 1059-1078. <https://doi.org/10.1111/gwao.12627>

Pierce, A. P. (2022). The rise of bimbo TikTok: Digital sociality, postfeminism and disidentificatory subjects. Dins Krijnen, T., Nixon, P. G., Ravenscroft, M. D., i Marco Scarcelli, C. *Identities and Intimacies on Social Media* (pp. 201-215). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003250982>

Portero, A. S. (2023). *La mala costumbre*. Seix Barral.

Rosaria, M. i Wijaya, A. (2022). Bimbofication to empower: Representation of hyperfemininity on TikTok. *Jurnal Ilmu Susastra dan Budaya*, 11(1), 53-66. <https://doi.org/10.51817/susastra.v11i1.123>

Sandall, H. (2024). #BimboTok: A critical discourse analysis of hyper-feminine bimbo identities on TikTok. *Media International Australia*, 193(1), 65-79. <https://doi.org/10.1177/1329878X241280235>

Schwartz, A. (2018). Locating femme theory online. *First Monday*, 23(7). <https://doi.org/10.5210/fm.v23i7.9266>

Serrano, J. (2013). *Excluded. Making feminist and queer movements more inclusive*. Seal Press.

Vigdal Hegerberg, E. (2024). *A qualitative study on TikTok's influence on the gendered identities of young norwegian women* [Treball de fi de màster, NTNU]. Norwegian University of Science and Technology. <https://hdl.handle.net/11250/3149464>

Weller, R. J. (2020). *Theaters of the intimate: The feminine culture of self-care on TikTok* [Treball de fi de màster, Syracuse University]. Syracuse University. <https://surface.syr.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1701&context=thesis>

Willis, P. (1998). *Cultura viva* (R. Martínez, Trad.). Materials de Joventut. (Obra original publicada el 1990).

9. Annexos

9.1. Annex 1: Enquesta exploratòria

Enllaç a l'enquesta i els resultats: [“JUST A GIRL” - Formularis de Google](#)

9.1.1. Preguntes

1. **Gènere *** Marqueu només un oval.

- Noi
- Noia
- No binari
- Prefereixo no dir-ho

2. **Edat ***

3. **Amb quina freqüència uses TikTok en el teu dia a dia? *** Marqueu només un oval.

- Cada dia
- Algun cop per setmana
- Algun cop al mes
- Gairebé mai
- Abans l'utilitzava però ja no
- Mai l'he utilitzat *[ves a la pregunta 6]*
- Altres: _____

Preguntes generals sobre l'ús de TikTok

4. **Quin ús fas de TikTok? *** (En el cas que ja no usis TikTok, selecciona els usos que en feies abans). Seleccioneu totes les opcions que corresponguin.

- Veig vídeos
- Penjo vídeos de manera pública
- Penjo vídeos de manera privada (pels meus amics i amigues)
- Altres: _____

5. **Per què utilitzes TikTok? Què t'aporta? *** Marca les opcions amb les que et sents més identificat/da (màxim 3 respostes).

- Entreteniment – Per passar l'estona i distreure'm
- Humor – Per veure vídeos divertits i riure
- Informació i aprenentatge – Per descobrir noves idees, tendències i aprendre coses
- Inspiració – Per trobar motivació o creativitat en diferents àmbits
- Sentiment de comunitat – Per sentir-me identificat/da amb altres persones o grups
- Desconnexió de la realitat – Per evadir-me dels problemes o de l'estrès diari
- No ho sé, simplement em quedo enganxat/da – Perquè sempre acabo fent "scroll" sense adonar-me'n

- Cap de les anteriors
- Altres: _____

Tendències sobre l'experiència femenina

6. **Coneixes alguna de les següents tendències de TikTok?** * "I'm just a girl", "Girl math", rutines de "skin care", la tendència "demure", l'estètica "coquette" o "girly", la tendència "that girl" o l'àudio "oh, how I love being a woman". Marqueu només un oval.
- Sí
 - No
7. **Quines tendències t'agraden més, et fan més gràcia o et surten més recomanades a TikTok.** * Seleccioneu totes les opcions que corresponguin.
- "I'm just a girl"
 - "Girl math"
 - Rutines de "skin care"
 - "Very demure, very mindful"
 - "Coquette aesthetic" o "girly girl aesthetic"
 - "That girl" (o "morning routines" de noies molt productives)
 - Vídeos amb l'àudio "oh, how I love being a woman"
 - Cap de les anteriors
8. **Quines tendències no t'agraden o no et surten gairebé mai a TikTok.** * Seleccioneu totes les opcions que corresponguin.
- "I'm just a girl"
 - "Girl math"
 - Rutines de "skin care"
 - "Very demure, very mindful"
 - "Coquette aesthetic" o "girly girl aesthetic"
 - "That girl" (o "morning routines" de noies molt productives)
 - Vídeos amb l'àudio "oh, how I love being a woman"
 - Cap de les anteriors
9. **Coneixes alguna altra tendència que creguis que hi pugui estar relacionada? Protagonitzada per noies o que parli d'experiències o gustos femenins? Quina?** (Si no en coneixes cap, passa a la pregunta següent)
- _____
- _____

Impacte en la quotidianitat

10. **Per què veus aquestes tendències?** * Marca les opcions amb les que et sents més identificat/da (màxim 3 respostes).
- Entreteniment – Simplement perquè em diverteixen o em semblen curioses
 - Algoritme – Surten a la meva FYP i acabo mirant-les sense buscar-les

- Interès personal – Perquè m'agrada la temàtica i em criden l'atenció
- Moda i estètica – Em donen idees de maquillatge, roba o estil
- Identificació – Em sento reflectit/da en aquestes tendències
- Per veure què es porta – M'agrada estar al dia de les tendències encara que no sempre les segueixi
- Cap de les anteriors
- Altres: _____

11. Selecciona les opcions que encaixin amb la teva experiència * Selecciona totes les opcions que corresponguin.

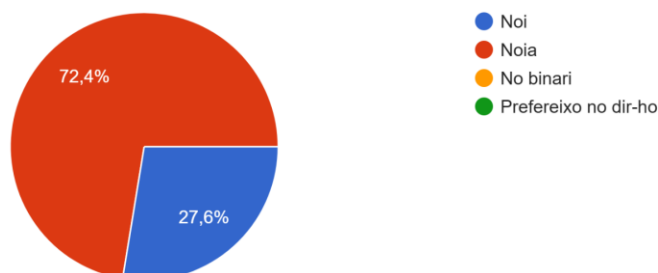
- He utilitzat expressions com "I'm just a girl", "Girl math" o "Demure" en el meu dia a dia
- He començat a fer-me la "skin care" perquè ho he vist recomanat a TikTok
- M'he comprat productes de "skin care" o maquillatge que he vist recomanats a vídeos de TikTok
- He introduït canvis en la meua rutina que he vist recomanats a TikTok per ser més productiva o més feliç (e.g. matinar, fer esport, menjar saludable, reduir el temps en pantalla, etc.)
- He comprat productes (roba, decoració, accessoris, etc.) que encaixaven amb una estètica "femenina" (e.g. color rosa, llaços) perquè els he vist a TikTok
- Cap de les anteriors

12. Hi ha algun altre efecte que creus que tenen aquests vídeos en el teu dia a dia? (Si no, envia el formulari)

9.1.2. Resultats

L'enquesta ha estat contestada per un total de 145 persones, de les quals 105 són noies i 40 nois. Aquest desequilibri de gènere pot respondre tant a la voluntat explícita de focalitzar la mostra en perfils femenins (atès que són el públic objectiu principal de les tendències analitzades), com també a una possible diferència d'interès entre nois i noies respecte al tema.

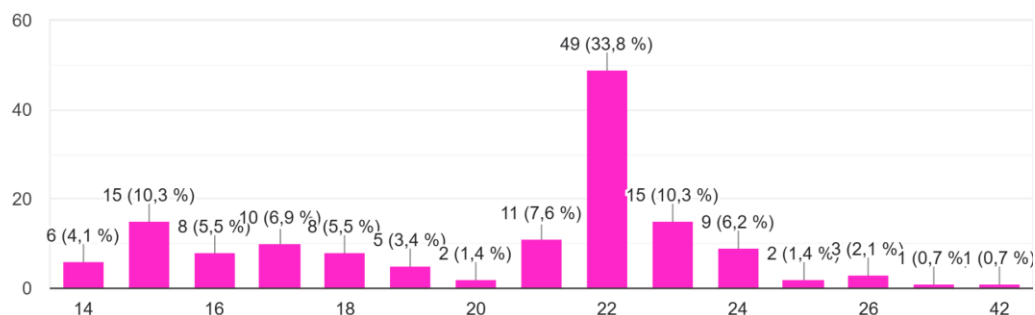
Gènere
145 respostes



Tot i que l'enquesta s'adreçava a un públic jove, no es va establir cap límit d'edat per participar-hi. Malgrat això, la majoria de les persones enquestades tenen entre 14 i 26 anys, amb només dues excepcions per sobre d'aquesta franja.

Edat

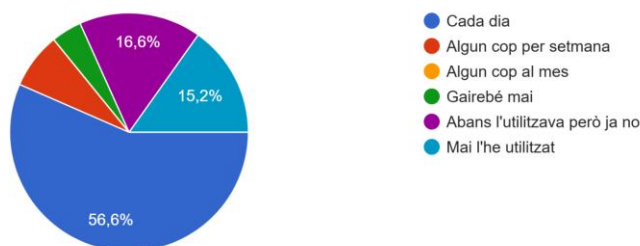
145 respostes



Pel que fa a la freqüència d'ús de TikTok, s'observa una clara polarització: un 56,6% de les persones enquestades afirmen utilitzar l'aplicació diàriament. Del 43,4% restant, la majoria ja no la fan servir (16,6%) o no l'han fet servir mai (15,2%). Les opcions com “gairebé mai” (4,1%), “algun cop per setmana” (7,6%) o “algun cop al mes” (0%) tenen una representació molt baixa. Aquesta dicotomia –entre un ús intensiu i el desinterès absolut– pot relacionar-se amb el que s'exposa al marc teòric sobre la capacitat de TikTok per generar addicció.

Amb quina freqüència uses TikTok en el teu dia a dia?

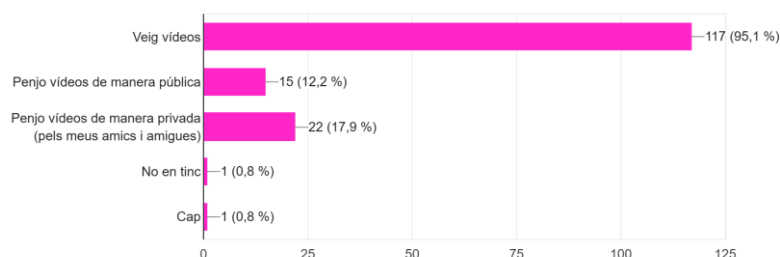
145 respostes



D'entre les persones que utilitzen TikTok, una gran majoria (95,1%) ho fan per consumir vídeos d'altres creadors/es de contingut. En canvi, el percentatge d'usuaris que publiquen vídeos és molt inferior: un 17,9% ho fa de manera privada i només un 12,2% ho fa de manera pública.

Quin ús fas de TikTok?

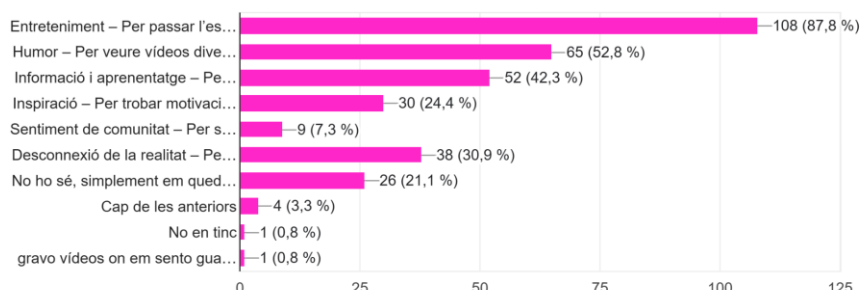
123 respostes



Respecte als motius d'ús principals, l'entreteniment encapçala les respostes (87,8%), seguit de l'humor (52,8%), l'aprenentatge (42,3%) i la necessitat de desconexió (30,9%). Altres motius com la recerca d'inspiració o motivació (24,4%), el sentiment de "enganxar-se" (21,1%) o la sensació de comunitat (7,3%) tenen menys pes. Cinc persones han indicat raons diferents, no especificades.

Per què utilitzes TikTok? Què t'aporta?

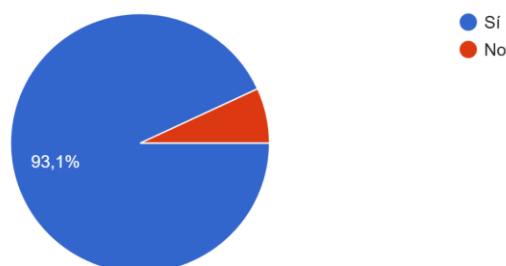
123 respostes



Pel que fa al coneixement de les tendències analitzades, un 93,1% de les persones enquestades afirmen conèixer-les, cosa que reforça la seva popularitat entre el públic jove en el context estudiat. Només el 6,9% (10 persones) declara no estar-ne familiaritzat, sense que s'hi detecti cap patró comú.

Coneixes alguna de les següents tendències de TikTok?

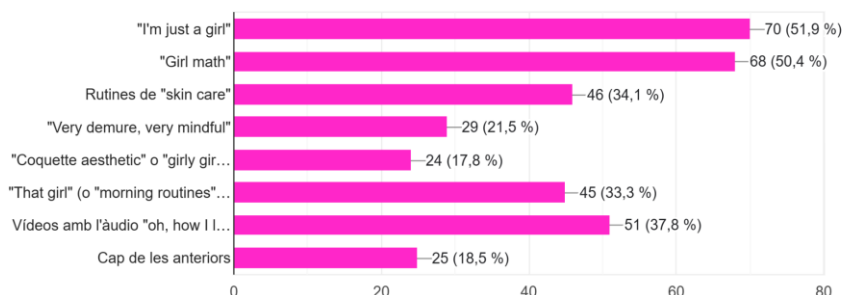
145 respostes



D'entre les tendències esmentades al formulari, les més freqüents a la For You Page (FYP) de les participants són "I'm just a girl" (51,9%) i "Girl math" (50,4%). Les segueixen

“Oh, how I love being a woman” (37,8%), les rutines de “skin care” (34,1%) i “That Girl” (33,3%). En canvi, “very demure, very mindful” (21,5%) i “coquette aesthetic” o “girly girl aesthetic” (17,8%) tenen una presència menor, fet que ha motivat la seva exclusió del guió dels grups de discussió.

Quines tendències t'agraden més, et fan més gràcia o et surten més recomanades a TikTok
135 respostes

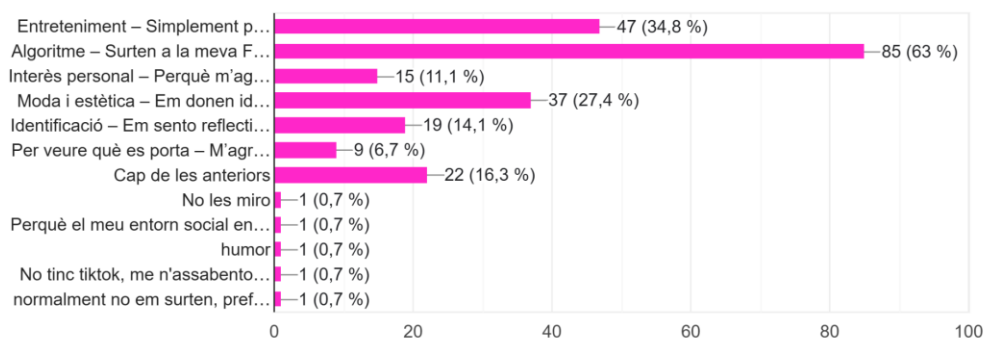


Quan es demana per altres tendències relacionades, apareixen respostes com “women in men fields”, “ser mujer de alto valor”, “get ready with me”, “God is a woman”, “girl dinner”, “mujer de complexión media” i ser una “girls’ girl”. Sis de les vint respostes fan referència al fenomen de les “Trad Wives”, habitualment des d’un punt de vista crític. Algunes d’aquestes tendències s’han incorporat als grups de discussió, ja sigui de manera planificada o emergent. El fenomen de les Trad Wives, però, s’ha descartat per la necessitat d’acotar l’àmbit d’anàlisi.

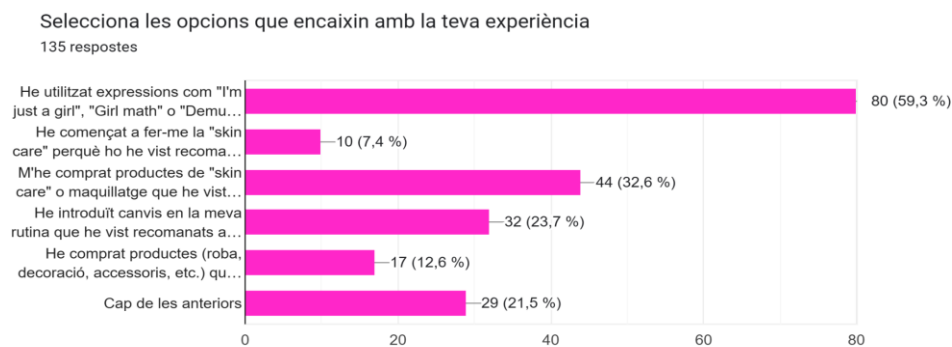
Pel que fa a les raons de consum d’aquestes tendències específiques, la més citada és l’algoritme (63%), seguida per l’entreteniment (34,8%) i la inspiració en moda i estètica (27,4%). Altres motius com la identificació (14,1%), l’interès personal (11,1%) o el desig de conèixer les tendències actuals (6,7%) tenen menys pes. Aquestes dades suggereixen que el contingut relacionat amb els “girl trends” no és percebut com especialment útil, sinó més aviat com un resultat de les recomanacions de l’algoritme. Tot i això, cal recordar que l’algoritme es basa en les interaccions prèvies de les usuàries; per tant, si aquestes tendències els apareixen és perquè, d’una manera o altra, hi han mostrat interès.

Per què veus aquestes tendències?

135 respostes



Els principals efectes percebuts d'aquestes tendències són de caràcter simbòlic. Un 59,3% de les persones enquestades afirmen utilitzar expressions com “I’m just a girl”, “Girl math” o “Demure”. Altres efectes, com el consum de productes de maquillatge o cura de la pell (32,6%) i els canvis en les rutines personals (23,7%), tenen una incidència menor. Encara menys representatius són la compra de productes “d’estètica femenina” (12,6%) o la pràctica de rutines de “skin care” (7,4%). Això evidencia que les usuàries perceben principalment un impacte simbòlic (llenguatge, referents culturals), més que no pas un canvi material o d’hàbits. Tot i que aquesta percepció no reflecteixi necessàriament la realitat, és rellevant analitzar com les usuàries l’expressen.



Finalment, en la pregunta oberta, diverses participants han manifestat percebre efectes negatius en el seu dia a dia derivats del consum d'aquestes tendències. Alguns dels més repetits són la comparació constant amb altres noies, la culpabilitat per no actuar de la mateixa manera, la incitació al consum, l'establiment d'estàndards elevats de bellesa i productivitat, la pressió estètica i l'impacte en l'autoestima. Aquestes percepcions indiquen una visió crítica i una certa consciència dels desavantatges associats a l'ús de TikTok, aspectes que es desenvoluparan més a fons en els grups de discussió.

9.2. Annex 2: Grups de discussió

9.2.1. Guió

Informació general

- 1) **Perfil demogràfic:** noies d'entre 21 i 23 anys, que usin TikTok en el seu dia a dia o estiguin familiaritzades amb les tendències objecte d'estudi.
- 2) **Objectius:**
 - **O1.** Identificar elements d'identificació, contradicció i rebuig respecte la representació de la feminitat a TikTok.
 - **O2.** Observar els efectes en la identitat, narratives i concepció de la feminitat.
 - **O3.** Analitzar com es materialitza aquesta influència en la seva materialitat/quotidianitat i performativitat de la feminitat.
- 3) **Elements a captar:**
 - **Identificació:** captar si se senten identificades o els interessa el contingut de la tendència a discutir.
 - **Representativitat:** captar si creuen que representa una experiència femenina o si hi ha certs matisos.
 - **Interpretació:** captar de quina manera interpreten la tendència (des de la interpretació objectiva, des d'una mirada irònica o un punt intermig).
 - **Quotidianitat:** captar els impactes que té en el seu dia a dia i en el seu entorn més proper.
 - **Problematització:** captar si reben el contingut de la tendència de manera desproblematitzada o si, en canvi, hi ha un qüestionament o sorgeixen contradiccions.

Bloc 0. Presentació del tema [10 mins]

Com ja us he comentat, aquests grups de discussió formen part del meu TFG, en el qual analitzo la manera com es representa la feminitat a TikTok i com aquesta és percebuda socialment.

No estic intentant demostrar cap cosa en concret, sinó simplement analitzar de quina manera les noies joves reben aquestes tendències. És per això que qualsevol cosa que a vosaltres us suggereixin les tendències de les que parlarem em serà útil pel meu treball de recerca, així que sentiu-vos lliures de contestar el que penseu sense por a dir una resposta incorrecta.

També us recordo que aquest grup de discussió serà gravat en àudio, i us dono un full de consentiment perquè pugeu signar-lo. Totes les vostres aportacions sortiran de manera anonimitzada així que, de nou, no sentiu pressió per dir una cosa “correcta” o “incorrecta”. Pot

ser que alguna de les coses que digueu apareguin al treball en format de cites, però sempre de manera anonimitzada.

La discussió s'organitzarà en tres blocs: **(1)** un primer bloc on parlarem de la vostra experiència general amb TikTok i la manera com es representa la feminitat, **(2)** un segon bloc on aprofundirem en tendències més concretes i **(3)** un tercer bloc obert on podrem parlar sobre altres temes que hagin sorgit al llarg de la discussió.

Bloc 1. Preguntes generals [30 mins]

Trencar el gel

P1. Primer de tot m'agradaria que us presentéssiu i m'expliquéssiu una mica quina relació manteniu amb TikTok: si en sou usuàries actualment, amb quina freqüència l'useu, quin contingut soleu consumir, etc. *[ronda, per torns]*

Temes que m'agradaria que sortissin:

- Freqüència d'ús
- Contingut
- “Addicció”

P2. I què creieu que us aporta TikTok? Per quines raons el feu servir? (informar-se, “desconnectar”, entreteniment, etc.) **Quins impactes penseu que té en el vostre dia a dia?** (en les bromes quotidianes, “estar al dia”, autoestima, modes, etc.) *[sense ronda]*

Feminitat i TikTok

P3. Creieu que als nois i a les noies ens surten coses diferents a TikTok? O creieu que hi ha contingut específicament dirigit a homes/dones? *[sense ronda]*

- Si no surt, preguntar per exemples de contingut dirigit al públic masculí/femení i per què creuen que això passa.

P4. En general, com diríeu que es representa la feminitat a TikTok? Creieu que la imatge que es transmet és estereotípica o que és més diversa que, per exemple, a altres plataformes? *[sense ronda]*

- Si les respostes queden massa abstractes, preguntar per influencers o tendències concretes

“Mitja part”: haurien d'haver passat uns 40/45 minuts entre que trobem el lloc, seiem, fem la presentació i acabem la primera part.

Bloc 2. Tendències específiques [50 mins]

En aquest segon bloc jo us posaré alguns vídeos de cada una de les tendències que discutirem i després us faré preguntes sobre com vosaltres interpreteu aquests vídeos, sobre la manera com us identifiqueu i les problemàtiques que creieu que poden sorgir a partir dels mateixos.

T1. I'm just a girl

- https://www.tiktok.com/@auroravk/video/7312947806216424737?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7429225947021264416
- https://www.tiktok.com/@sumenas/video/7399280033598082312?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7429225947021264416
- https://www.tiktok.com/@n4ssssyy4/video/7232040229648026886?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7429225947021264416
- https://www.tiktok.com/@emmis_inspo/video/7416263935491312928?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7429225947021264416
- https://www.tiktok.com/@simplekeysha/video/7417446115739487521?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7429225947021264416

P5. De quina manera interpreteu aquests vídeos? Us hi sentiu identificades? Quins impactes creieu que tenen en el vostre dia a dia? *[sense ronda]*

En cas que no surtin naturalment, redirigir la discussió a:

- *Identificació: se senten identificades? Excloses? Creuen que relata la seva experiència personal?*
- *Interpretació: els interpreten objectivament o des d'una mirada irònica?*
- *Quotidianitat: fan servir frases com "I'm just a girl" en el seu dia a dia? Creuen que això pot haver canviat la seva manera d'actuar o pensar?*

P6. Creieu que aquesta tendència representa bé l'experiència de les noies? *[sense ronda]*

En cas que no surti naturalment, redirigir la discussió a:

- *Representativitat: és representatiu de l'experiència femenina? La majoria de noies s'hi senten identificades?*
- *Problematització: algú es pot sentir exclòs? Efectes negatius en l'autoestima?*

T2. Girl math

- https://www.tiktok.com/@_riverss_/video/7280536210940988705?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7429225947021264416

P7. Com interpreteu aquesta tendència? Us fa gràcia? Creieu que relata una experiència femenina? *[sense ronda]*

En cas que no surti naturalment, redirigir la discussió a:

- Identificació: senten que relata la manera com “justifiquen” les seves compres? o se senten excloses?
- Representativitat: creuen que és una experiència femenina generalitzada?
- Interpretació: l’interpreten des de l’humor o com a representació objectiva?

P8. Alguna vegada heu fet servir l’expressió “girl math” per justificar les vostres compres? Ho heu escoltat al vostre entorn? Creieu que ha pogut canviar els vostres hàbits de consum? Penseu que és problemàtic? *[sense ronda]*

En cas que no surti naturalment, redirigir la discussió a:

- Quotidianitat: quin impacte té en els seus hàbits? Fan servir o escolten aquesta expressió en la seva quotidianitat?
- Problematització: creuen que pot incentivar el consumisme?

T3. Morning routines, rutines de skin care, “get ready with me”

- https://www.tiktok.com/@celiagomezr/video/7133589185595821317?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7429225947021264416
- https://www.tiktok.com/@vanessafaga/video/7302483584353406213?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7429225947021264416
- https://www.tiktok.com/@pinkcoconut/video/7366292960016682273?is_from_webapp=1&web_id=7429225947021264416

P9. Us apareix aquest contingut a TikTok? Us sembla interessant? Us pot arribar a fer sentir culpables? *[sense ronda]*

En cas que no surti naturalment, redirigir la discussió a:

- Identificació: senten que són el públic objectiu d’aquests vídeos?
- Interpretació: “consells”, entreteniment, auto-millora...?

P10. Creieu que és un contingut “de noies”? Quins impactes creieu que pot tenir en les persones que el consumeixen? *[sense ronda]*

En cas que no surti naturalment, redirigir la discussió a:

- Quotidianitat: quin impacte té en els seus hàbits? Quin impacte pot tenir en les persones que el consumeixen?
- Representativitat: representa un contingut interessant pel públic femení general?
- Problematització: pot incentivar el consumisme, augmentar la pressió estètica, la pressió per la productivitat?

T4. “Oh, how I love being a woman”

- https://www.tiktok.com/@szchil/video/7431148394439134465?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7429225947021264416
- https://www.tiktok.com/@pouliotmira/video/7235827681009339654?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7429225947021264416

- https://www.tiktok.com/@lilsrtl/video/7409303757332286753?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7429225947021264416

P11. Us sentiu identificades amb aquests vídeos? Creieu que relata una experiència compartida entre les noies? Creieu que algú pot sentir-se exclòs? [sense ronda]

En cas que no surti naturalment, redirigir la discussió a:

- Identificació: s’hi senten representades? Excloses?
- Interpretació: ho interpreten com a fet objectiu compartit entre noies o com a broma/ironia?
- Quotidianitat: quins impactes pot tenir en les persones que ho consumeixen?
- Representativitat: creuen que representa l’experiència femenina en general o que hi ha matisos?
- Problematització: pot excloure a algunes noies? fer-les sentir malament?

T5. Male gaze vs. female gaze

- https://www.tiktok.com/@sonya_styles/video/7191172495310114094?q=male%20gaze%20vs%20female%20gaze&t=1741697013132
- <https://www.tiktok.com/@s.ophiegracee/video/7384008796831632647?q=male%20gaze%20vs%20female%20gaze&t=1741697013132>

P12. Us sentiu identificades amb la “mirada femenina”? Creieu que aquest vídeo representa bé les dues mirades? Creieu que la majoria de persones s’hi senten identificades? [sense ronda]

En cas que no surti naturalment, redirigir la discussió a:

- Identificació: senten que la “mirada femenina” representa la seva mirada?
- Interpretació: ho interpreten com a fet objectiu compartit entre noies o com a broma/ironia?
- Representativitat: representa l’experiència femenina en general o que hi ha matisos?

P13. Quins impactes pot tenir en les persones que el consumeixen? Creieu que pot arribar a ser problemàtic? [sense ronda]

- Quotidianitat: quins impactes pot tenir en les persones que ho consumeixen?
- Problematització: pot excloure a algunes noies? pot perpetuar els rols de gènere?

Bloc 3. Tancament [20 mins]

P15. Finalment, hi ha alguna tendència que no haguem tractat o que creieu que caldria discutir? O algun tema addicional del que voldrieu parlar? [sense ronda]

Moltes gràcies per haver-hi participat, si en algun moment teniu alguna altra reflexió al respecte, us surt algun vídeo que us recordi al que hem parlat aquí o voleu compartir alguna cosa més, la podeu seguir compartint amb mi i segur que em serà molt útil. Si voleu rebre les transcripcions o resultats de l’enquesta, us els enviaré quan les tingui transcrits i analitzades.

9.2.2. Consentiment

Consentiment voluntari informat

Dades de l'estudi pel que s'atorga el consentiment:

Treball de Fi de Grau: "JUST A GIRL": L'IMPACTE DE LA REPRESENTACIÓ DE LA FEMINITAT A TIK TOK EN LA SEVA CONCEPCIÓ ENTRE NOIES JOVES I ADOLESCENTS

Autora: Laia Garcia Muñoz

Jo, _____

- Declaro que he llegit el full d'informació al participant sobre l'estudi citat
- He disposat del temps per realitzar preguntes i plantejar dubtes que han estat respostes satisfactòriament
- El consentiment l'atorgo de manera voluntària i sé que soc lliure de retirar-me de l'estudi en qualsevol moment i sol·licitar que les meves dades personals siguin retirades de la investigació sense necessitat de donar explicacions.
- Entenc que l'accés a la informació recollida queda reservat per aquest estudi, i les publicacions que se'n puguin derivar
- Dono consentiment per la realització del grup de discussió i la seva gravació mitjançant registre de veu.
- Soc conscient de que les meves dades seran tractades de manera confidencial i anonimitzada, garantint la meua privacitat en la publicació dels resultats de l'estudi.

Data: _____

Signatura de la persona participant

Signatura de la persona investigadora

9.2.3. Percepcions inicials

9.2.3.1. Percepcions grup 1

Sento que el grup ha funcionat bé. Havíem quedat a les 16h però dues noies han tingut un imprevist i m'han avisat que no arribarien abans de les 17h. He decidit començar igualment el grup i deixar que s'unissin més tard perquè moltes havien de marxar a les 18h. Hem quedat a la UAB i tot i que tenia alguns dubtes sobre si fer la discussió en un espai tancat i silenciós o en un espai obert, al final hem anat a una taula exterior i crec que ha estat útil perquè se sentís més informal i s'oblidessin que estava enregistrant la discussió.

Crec que tot i que la majoria no es coneixien entre elles, s'ha generat un clima de confiança ràpidament, en part perquè el tema era quelcom sobre el que totes elles podien reflexionar i sobre el que tenien alguna cosa a dir. Això també s'ha pogut veure a les referències/bromes a tendències de TikTok que fan durant la pròpia discussió i la freqüència amb que totes elles assenteixen, riuen o donen la raó a l'aportació d'un altre, donant a entendre que saben del que parla i/o comparteixen una opinió semblant.

M'ha sorprès la rapidesa amb la que s'ha generat una conversa natural entre les participants, sense necessitat que jo hi intervingués per guiar la discussió en gairebé cap moment. Crec que elles s'han sentit còmodes, la conversa era agradable perquè totes elles feien referències a aportacions anteriors d'altres participants i es respectaven el torn de paraula sense interrompre l'aportació d'una altra. Penso que en part es deu a que era un grup conformat únicament per noies.

Penso que el fet que dues persones entressin a meitat de la discussió ha suposat un trencament de la dinàmica/clima de confiança que s'havia generat, però tot i així s'ha pogut seguir la discussió sense gaires dificultats. M'ha semblat especialment útil que la participant 4 no tingués TikTok en el present, ja que ha donat un contrapunt interessant a la discussió. També ha estat interessant l'aportació de la participant 6, que havent estat professora de nenes de sisè de primària ha pogut aportar una nova perspectiva a la discussió.

9.2.3.2. Percepcions grup 2

Penso que el grup ha funcionat bé. Una hora abans, una de les participants m'ha dit que havia tingut un imprevist i que no podria venir. He contactat a una altra persona perquè vingues i ha acceptat. Dues participants han arribat tard, però s'han unit entre els dos primers blocs, evitant que es donés un "trencament" de la dinàmica generada. Hem quedat a casa de la participant 3, la qual es va oferir a cedir-me l'espai perquè poguéssim estar en un lloc silenciós i còmode.

Des del principi les participants han discutit sobre les preguntes que els presentava de manera autònoma i no hi he hagut d'intervenir gaire; fins i tot quan s'adonaven que es desviaven del tema es redirigien elles soles. Al principi sentia que hi havia una mica més de voluntat de contestar "bé" les preguntes, potser de manera més formal/acadèmica, però a mesura que ha avançat la discussió el to de la conversa ha passat a ser molt més informal.

Valoro especialment que al bloc final (de tema “lliure”) algunes de les participants han volgut parlar d’altres tendències que creuen que estan relacionades amb la temàtica del treball.

9.2.4. Taula de codificacions

Les entrevistes s’han codificat segons els criteris que, a priori, semblaven rellevants per l’anàlisi. Degut a la limitació de paraules del treball i el gran volum d’informació que s’ha extret dels grups de discussió, l’anàlisi posterior s’ha acabat reduint a la codificació de les “narratives”. No obstant això, la codificació de les entrevistes ha estat de gran utilitat a l’hora d’aprofundir en l’anàlisi i interpretar els discursos de les participants de manera més fonamentada.

Grup de codis	Nom del codi
TikTok	Acceptació
	Addicció
	Algoritme
	Canvis
	Connectivitat
	Contingut
	Criteri
	Exclusió
	Impactes quotidianitat
	Intensitat
	Ironia
	Proximitat
	Raons d’ús
	Rutina
	Significat (objectiu)

	Valor (subjectiu)
	Verbalització
Feminitat	<i>Aesthetics</i>
	Cànons
	Contingut femení
	Contingut masculí
	Diferenciació fem./masc.
	Estètica
	Maquillatge
	Roba
	Rutines
	<i>Selfcare</i>
Narratives	Contradiccions
	Culpabilització
	Idealització
	Identificació
	Naturalització
	Problematització
	Rebuig
	Reivindicació

9.2.5. Transcripcions (anonimitzades)

9.2.5.1. Transcripció grup 1

[00:00:00] Entrevistadora: Vale, doncs bueno, ja us he explicat crec a totes com de què anirà el... de què va el meu TFG, però bàsicament analitzo com es representa la feminitat a TikTok i com això afecta a les noies joves i adolescents. Llavors, primer de tot, que no estic intentant com demostrar res... ni de què és bo ni de què és dolent, simplement estic intentant com saber com ho percep la gent i que, per tant, digueu el que vulgueu, no heu de quedar bé, no ha de ser políticament correcte. I ja està, el que us he dit que ho gravaré en àudio, que per tant necessitava el full de consentiment i us explico que, primer de tot, farem com un primer bloc on reflexionarem en general sobre TikTok, sobre com es representa la feminitat i tal. Després hi haurà un segon bloc que, bàsicament, us posaré com alguns vídeos de tendències específiques i us demanaré que reflexioneu si com que m'expliqueu com que em penseu, si us sentiu identificades o no, i bueno, us en podeu anar per les branques, si voleu, no cal que seguiu estrictament el que jo us digui. I després un tercer bloc on, simplement, ho deixaré una mica obert per si voleu discutir algun tema que us sembli xulo, interessant i ja està. Llavors, la primera pregunta, sí que us diré que sí podem fer com una ronda, però després podeu anar dient el que vulgueu, en l'ordre que vulgueu, i no heu d'anar per l'ordre en cap moment. Però la primera pregunta és que us presenteu i que em digueu com quina és la vostra relació amb TikTok de si teniu TikTok ara, si l'heu tingut en el passat però ara ja no, si el feu servir molt o no, quan l'useu, per què, què consumeu, així una mica en general. Si vols començar.

Participant 1: Bé, doncs jo em dic [nom participant 1], faig publicitat, bé, estudio publicitat i relacions públiques i a veure, la meua relació amb el TikTok és una mica entre necessitat, oci, o sigui, ho és tot per mi, bàsicament perquè, o sigui, ja no només perquè jo em passo moltes hores en el TikTok, en el temps lliure, perquè al final és una aplicació que consumeixo durant molta estona, estic molt al dia de les tendències i tal, aquesta part perquè jo vull, però també hi ha una altra part que és una mica necessitat per una qüestió que jo al final treballo en comunicació, per mi TikTok és una eina superpotent per poder arribar a moltes persones amb les que potser no arribaries amb un altre tipus de xarxa o un altre tipus d'aplicació... com a comunicació, i després també perquè hi ha un target molt concret que és l'aplicació que sovint és necessari per alguna de les marques amb les que treballo, faig un treball de la uni o qualsevol cosa. Aleshores jo adoro TikTok, estic al dia de tot, el consumeixo, jo també faig TikToks meus, per [empresa on treballa], per tot, així que jo estic a full amb el TikTok i això és tot.

Participant 2: Bueno, jo em dic [nom participant 2], estudio Política i Sociologia i bàsicament la meua relació amb el TikTok va començar perquè jo estava molt reàcia a instal·lar-me a TikTok perquè em deien que m'enganyaria molt i vaig trigar bastant a instal·lar-me'l, ara potser ja fa dos o tres anys en veritat que el tinc, però al principi pensava que no m'enganyaria i al final em passo hores al TikTok també i bàsicament al principi l'utilitzava com a entreteniment i bàsicament d'anar baixant i fent scroll tot el meu dia i després sí que és veritat que jo vaig veure que hi havia molta gent que l'utilitzava també per buscar informació sobre, per exemple, restaurants ho utilitzo molt o coses així però bàsicament és com que quan no sé

què fer miro el TikTok i miro molt ASMR també per TikTok, m'ajuda a dormir, o sigui que és com abans d'anar a dormir també miro el TikTok, i sobretot és com a final del dia, sí.

Participant 3: Jo em dic [nom participant 3], estudio psicologia i estic viciada al TikTok. Me'l vaig descarregar durant la primera quarentena de Covid. Jo ja era usuària del Musical.ly que és l'aplicació que hi havia abans de TikTok que després se va convertir en TikTok i m'ho vaig desinstal·lar per protestar perquè [riu] m'agradava molt però després ja me'l vaig instal·lar a la quarentena per poder connectar-me amb el món perquè em sentia molt aïlada a la meua habitació i ara l'utilitzo per entreteniment utilitzo també per trobar nous artistes que escoltar, que soc una mica també "fangirl" de molts artistes i ho utilitzo per això... per veure les últimes tendències i no sé... el consumeixo molt, massa suposo.

Participant 4: Jo soc [nom participant 4], estudio política i sociologia com la [nom participant 2] i no recordo quan em vaig instal·lar a TikTok, sí que recordo que em passa com tu [nom participant 2] que al principi com molta gent el tenia i jo no perquè deien que era com molt addictiu i jo era com que no tenia res d'això. Després me'l vaig instal·lar i com em va agradar molt i com em passava moltes hores, vaig també fer TikToks però després com em vaig adonar que estava com molt viciada i com no m'agradava i vaig decidir desinstal·lar-me'l. També et dic que ocupa molt d'espai, mai tinc espai al telèfon i vaig dir "què desinstal·lo?" i doncs em vaig desinstal·lar a TikTok perquè vaig pensar que era com el que passava més hores i el que menys crec que m'aportava i això, com no m'agradava el fet de com estar pensant, "ai això ho podria gravar" i després tenia com molts vídeos i també em vaig adonar que tenia moltes necessitats de comprar-me coses llavors vaig pensar, uf, perquè l'utilitzava molt per noves tendències, també per mirar receptes... no sé llavors vaig pensar, uf, és com que tinc tota l'estona ganes de comprar coses millor si no ho veig i fa, jo crec que dos anys o així... dos i mig que ja no tinc TikTok però és veritat que estic una mica viciada als Reels de Instagram, cosa que... vull, dir, no sé si molt... però no és tan addictiu perquè com crec que no és tan específic.

Entrevistadora: Molt bé, i així, en general, podeu dir en l'ordre que vulgueu les respostes, eh. Què diríeu, o sigui, ja m'heu explicat una mica per quines raons feu servir TikTok, però quines coses bones, o dolentes si voleu, creieu que us aporta? Creieu que és una decisió conscient de "va, vaig utilitzar TikTok perquè m'aporta tot això" o no?

Participant 1: No, no, jo com a mínim no. Jo no el consumeixo sent conscient dels beneficis que m'aporta i, de fet, jo crec que hi ha més coses com negatives que no positives. El que passa és que al final, en un moment en el que necessites desconnectar, TikTok és com que a mi m'enganxa i aleshores és com que m'evado de tot el que hi ha al meu voltant i em permet doncs això, com desconnectar.

Aleshores, realment, coses positives, doncs sí que per exemple el que has dit tu, en plan de... de recomanacions de llocs, i al final és una aplicació que pots parlar com molt de tu a tu perquè els creadors de contingut és com que et parlen com directament, saps? Cosa que en l'Instagram sí que veig que potser hi ha vegades que és tot molt més com per monetitzar-ho per campanyes de publicitat. Aleshores sí que trobo que això en general està bé però es que jo trobo molts més aspectes negatius que positius i tot i així me la suda.

Participant 3: A mi m'agrada. Òbviament veig com moltes coses negatives, però una cosa que m'agrada és que crec que és com una eina que mos permet com connectar-nos amb molts llocs, amb el món. Ara està bastant monopolitzat com per Estats Units i estic consumint moltíssim [contingut] estatunidenc. Però me'n recordo que quan el van banejar allà, va haver com un dia o dos on vaig estar més activa, com publicant coses i vam començar com a parlar amb altres països del món, que explicaven com coses culturals seues, i això estava guai. Però també crec que la gent utilitza també l'aplicació per informar-se de coses, i que s'informen malament i... ho veig com algo negatiu. Però si saps utilitzar l'aplicació bé i tens el teu propi criteri, crec que pot ser algo positiu.

Participant 2: Sí, jo crec que és com que sí que et pot aportar moltes coses bones, el problema és que té aquest punt addictiu. És com que jo puc entrar a buscar algo perquè ho necessito i em quedo una hora i penses: no necessites aquesta hora per estar buscant coses. És la cosa d'entrar i ja t'enganxa i et quedes, no és tant com el fet de les coses bones o dolentes. I això que deies tu també és veritat, que tota la informació potser no és vàlida. I a mi també em passa una mica com a tu, que et crea necessitats de voler-te comprar coses, i és com que he de ser tota l'estona molt conscient que "realment això no ho necessito i no m'ho vull comprar". Però penses, que he d'estar fent l'exercici de "no, no vull comprar-me això, no necessito això",

Participant 4: com "si no ho hagués vist, no sabia que existeix"

Participant 2: Exacte, exacte, i com he empatitzat molt amb això però sí que crec que t'aporta molta informació bona i que et pot funcionar. El problema és que enganxa tant que llavors perds hores i hores amb el mòbil.

Participant 4: Sí, jo crec que també és guai que té molta informació molt de nínxol, moltes coses molt específiques, i llavors això sí que trobo que m'agradava. I també com... et fa sentir més connectat a la resta perquè és veritat que quan tenia TikTok...era com que... estava més assabentada de coses que passaven, que de cop em sortia com "això ja ha passat així". Potser ara no tant. Amb altres apps també ho pots tenir, però crec que et fa sentir més connectada a la gent. Perquè clar si tothom el té....

Participant 2: Igual que amb la música, quan vas a una discoteca i sona com una part d'una cançó que saps del TikTok, i només et saps com aquella part perquè és la part viral del TikTok, però realment la cançó no l'has escoltat mai sola, però tothom se la sap. Llavors sí que et sents part de tota la gent que ha escoltat el mateix.

Participant 3: Jo... Una cosa que he vist a TikTok, a mi no m'ha passat, però he vist també que és una oportunitat per altres persones poder ajudar les seves empreses petites. Jo que sé, que venen coses, que poden publicar per allà, o artistes també que s'han fet famosos gràcies a TikTok. Com que òbviament té les seves coses negatives, però crec que també està guai perquè és una aplicació que permet totalment connectar-se sense... com... com...

Entrevistadora: Que no cal que siguis famós per tenir veu, no?

Participant 3: Exacte, sí, no sé, això em sembla molt guai.

[00:11:56] Molt bé, doncs ara volia parlar com més específicament de com es representa la feminitat a TikTok, i la primera pregunta així com per tantear una mica el terreny és com creieu que es diferencien les tendències que surten a nois a TikTok i a noies, o si creieu que hi ha algunes tendències específiques que van dirigides clarament a les noies i a altres nois, o què penseu?

Participant 4: És que quan dius les tendències que van dirigides a nois clar, tampoc sé, perquè llavors com que a mi no em surten, però sí que me'n recordo que hi va haver una època que alguns nois de la meua classe del batxi es van fer virals a TikTok, com amb les meves amigues i tal com vam estar buscant i com, clar, tot era en plan gymbros com molt coses del gimnàs, de dietes, no sé, com em dona la sensació que va més com per aquí, com per ser molt masculí, ser com fort...

Participant 3: Sí, jo pel que veig també a TikTok són tendències d'encaixar les noies o les dones que miren TikTok com en alguns estàndards, com per exemple dark feminine energy, o cottage core no sé què, o no sé, com que són, són tendències que tenen com el suposat que som bastant com progressius no som en plan, tu ets dona i has de fer això són més com, no sé, ho diuen com no sé com explicar-lo que són maneres d'encaixar les dones en uns estàndards però que si no te fixes bé potser caus en la tendència perquè no em va en la connotació de "ho faig per encaixar", no, però ho fas per la tendència, no sé si m'he explicat bé.

Entrevistadora: osigui com que es presenten estètiques o maneres de ser en plan... alternatives, per exemple això que deies del cottage core com que és una tendència molt específica que t'ho presenten com que... és difícil d'explicar

Participant 4: Sembla una personalitat quasi bé

Entrevistadora: I com que no és una cosa de dretes, com conservadora de... "una dona que està por el campo vistiendo con un vestido porque es una dona i s'ha de quedar a casa", no, però... la línia entre fins a quin punt està bé o malament com que està difusa, no?

Participant 2: Sí, jo em fixo molt com amb el TikTok del meu nòvio i el meu. Clar, li surt tot futbol, que també és el que alimenta, però si li preguntes pel skin care o coses d'aquestes... clar és que ell no l'hi ha sortit mai, en plan... ni li ha arribat a sortir ni res, saps? com a molt compartim els TikToks de la isla de les tentaciones perquè ara estan a tot arreu però tot l'algoritme és completament diferent. igual amb el meu pare, igual amb el meu germà. a mi mai m'han sortit, no sé, em surten uns TikToks de dones específiques que no són els mateixos que els hi surten els homes perquè els homes els hi surten TikToks de dones completament diferents, com sobretot molt sexualitzades. en canvi per nosaltres és com no ens hem de cuidar nosaltres mateixes però des d'una línia una mica estranya, com molt capitalista: et cuides comprant-te coses...

Participant 4: sí, el selfcare

Participant 2: sí, et cuides vestint d'una manera, et cuides comprant-te roba, et cuides anant al gimnàs, que tot això pot estar bé però fins a un punt.

Participant 1: sí que és cert que per exemple jo veig el TikTok del [nom parella] no té res a veure amb el meu però si entreu els comentaris de la majoria de tendències d'aquestes que van enfocades com a noies els comentaris estan replets de tios fent comentaris supermasclistes i todo mal què dius "en qué momento a esta persona li ha aparegut este vídeo"

Participant 2: Es que no ho he mirat mai

Participant 1: clar és com... són tendències com enfocades molt a dones però que els homes comenten també molt, saps? i com que estan allà com a l'aguait i quan algo no els sembli bé comentant, saps? i després també les tendències... entre dones els comentaris de dones que et dius "a ver, my lover, no iba por ahí". O jo com a mínim trobo que hi ha comentaris super desafortunats que al final cada cop vas fent un embudo per intentar encaixar i agradar a tothom que et porta per la mala direcció. un poco lo que considero.

Entrevistadora: i així com deieu que hi ha tendències diferents per homes i dones creieu que, en canvi, entre les dones hi ha tendències que totes compartiu o que veieu amb les vostres amigues, la vostra mare, les vostres cosines... creieu que compartiu uns mateix tipus de vídeo o que també és super divers segons la persona?

Participant 1: jo crec que sí que és molt divers però crec que al final hi ha tendències més grans i tendències com més micros i aleshores les tendències grans sí que les consumeix una major ventall de dones de més edat, perquè al final aquella tendència es pot aplicar d'una forma diferent per una persona de 30 anys o una de 20 però al final la base és la mateixa tendència. Per exemple el tema del color bordeos, aquesta tendència... és que la tinc jo, la meua mare i la meua iaia i totes allà amb el tiktok així... però després hi ha com més micros, per exemple el que has comentat tu de lo de "dark no sé què"

Participant 3: ah, dark feminine energy

Participant 1: aquestes tendències a la meua mare no li apareixen al tiktok

Participant 3: clar, clar... és interessant perquè a mi m'agrada com un tipus de música bastant alternatiu així que el meu tiktok entre com per exemple skincare, no sé quantos que jo sempre m'ha agradat abans de tenir tiktok, perquè abans tenia acne i me vaig haver de ficar en això per tal... bé, em surten també vídeos de gent gòtica fent maquillatge i no sé què i dins d'aquest món de com la part més alternativa de tiktok hi ha com persones que intenten encaixar a la gent que és alternativa que normalment són gent que se vesteixen perquè volen, perquè són alternatius al que pensa la resta de la societat... sí las "e-girls" que són més sexualitzades i que agraden o... les "goth" però goth, "clean goth" perquè s'ha acceptat per la societat i és com interessant veure com en plan la mateixa línia de totes les tendències que afecta a tothom i més com a la zona realment com més gent alternativa que normalment és la gent que vesteixen com volen i són com més alternatius del que pensa la resta de la societat però sí sí. Això no ho consumiria, per exemple el que has dit tu, no sé... crec que tiktok té com això que té l'algoritme molt específic per a algunes persones però al final com la idea base de totes les tendències que té és la mateixa.

Participant 4: sí, estic molt d'acord, jo crec que és molt específic però que siguin vídeos de maquillatge de get ready with me o vistete conmigo, de skincare

Participant 2: de posar el cos

Participant 4: sí, exacte, com tota l'estètica de... com crec que per totes les diferents estètiques o com gent a qui li pugui agradar certes coses, inclús també es pot relacionar amb la música o amb l'estil de vida però al final tot és com rutines de dia de "prepara't amb mi" "vesteix-te amb mi" i tot al final intenta una mica també vendre't com o a la roba o al maquillatge o les cremes, etc.

Entrevistadora: i en relació potser a altres plataformes, per exemple, jo crec que tiktok té una manera molt concreta de representar la feminitat, com que hi ha totes aquestes tendències que dieu, hi ha un munt de "aesthetics" diferents. creieu que en relació al que es representava abans a Instagram a lo millor o a qualsevol altra plataforma és millor, com que és una feminitat menys estereotípica, depèn o...

Participant 1: mira, jo sobre això, a mi hi ha una cosa que em fa una mica de por del tiktok, que és que així com tu puja una publicació a Instagram i els altres la veuen i veuen que és postureo, i ho veuen claríssim, al tiktok hi ha una part que és tant de tu a tu, tan naturalitzat, tant com de parlar que al final no ho veus tant com postureo sinó que t'ho creus la veritat i dius "hòstia, doncs vaig a seguir això", saps? per seguir les tendències. que així com a Instagram ho veus claríssim en plan d'això va estupendo, s'ha pres la foto així però el seu cos no és així, la seva roba no et cal perquè sigui tot així... al tiktok no, perquè és com super directe i estas veient com s'està expressant la dona com realment té interioritzat allò. i això sí que em fa una mica de yuyu perquè és que jo soc la primera que caic en totes aquestes coses i que interioritzo i dic hòstia, jo haig de ser una clean girl així, així de coquette, saps? i és veritat, és que ho tinc super interioritzat a més a més.

Participant 3: sí, jo abans, a l'Instagram, per exemple que és l'aplicació que abans tothom utilitzava i ara que ens està deixant utilitzar, són fotos, osigui... són fotos que tu saps que aquella persona les ha publicat perquè ho ha volgut però els vídeos de tiktok són dirigits cap a una audiència... que al final s'estan dirigint com cap a tu i quan t'estan dient en plan get ready with me i se fiquen tres quilos del primer que se posa abans, no sé què, no sé quantos i t'estan parlant a tu, és que al final crec que és com més personal que una foto que tu saps que l'han publicat perquè ells han volgut

Participant 4: també és com molt... com cada dia, no?, crec que hi ha aquesta cosa que si vols fer-te virar a tiktok has de penjar cada dia, llavors és com és molt més seguit, és molt més segit que a l'Instagram que és com potser penja en fotos cada...

Participant 2: sí, és com que engloba, jo crec, més coses, com que t'estan parlant, hi ha audio, hi ha moviment, hi ha imatge, hi ha... tens molt més estímul i això fa també que tot l'imaginari també sigui molt més complet que no pas amb una foto, llavors si tu vols ser una noia coquette o el que sigui, no és només portar un llaç és com... és tota la personalitat

Participant 4: i com et comportes

Participant 3: sí, sí

Participant 2: no és només la foto que tu veus d'algú que porta un llaç és tot el que després et transmet això

Participant 1: i jo, sobre això, dues coses. primer, que tant a Instagram com a tiktok està demostrat que es premia l'activitat, o sigui, contra més pugis més et premia i més sortiràs als algoritmes de la gente, bàsicament, en el scroll. i en Instagram passa exactament igual. però és que a més a més també és el fet que tu al final a Instagram veus com el producte final que és la foto, en el sitio, amb el maquillatge i tot. però en canvi, en el tiktok, el fet que com per exemple que es comença a maquillar, comencen desmaquillades i tu dius que a aquesta persona li dona igual sortir desmaquillada. no, no, perdona, se va a posar tres capes de maquillatge per sortir disfressada, bueno... amb molt maquillatge, saps? que al final és com que aquesta persona ho està fent perquè realment vol, però potser no.

Participant 3: sí, sí. també a l'època aquesta on van banejar tiktok als Estats Units va ser com molt interessant veure com molts influencers que són d'Estats Units pensaven que s'anava a borrar l'aplicació i van estar una setmana admitint coses de... una influencer de salut física admitint que s'havia fet la liposucció que s'havia posat botox, no sé què, no sé quantos. un altre que era com un body positive deia que bueno, "és que jo també m'he fet no sé què" i és com... demostrar que no tot és real encara que ho sembli perquè són vídeos i també que molts vídeos de tiktok estan editats el que passa és que com són vídeos semblen molt més reals.

Participant 2: i també els filtres. comencen desmaquillades però amb una il·luminació concreta amb la càmera. jo a vegades em gravo la cara i no surto com una tia del tiktok, és que és veritat jo puc fer-me un vídeo per les meves amigues i mai sortirà igual perquè no tinc un foc al darrere que m'està il·luminant d'una determinada manera i no sé, crec que ens perdem moltes coses, que abans del vídeo també hi ha hagut una producció que sembla que no hi sigui perquè és que t'ho fan creure que no hi és, no?

Participant 4: sembla com molt més real. A més estava pensant una cosa que jo no sé si abans passava perquè tampoc m'hi fixava tant però crec que abans no hi havia tantes micro tendències quan hi havia només Instagram sí que és veritat que jo recordo a vegades a l'ESO que anaves i com 3 o 4 persones es compren al mateix top i com tothom anava al mateix top però com, ara, sento que vaig pel carrer i com tothom porta la bossa aquesta de color vermell, saps?

Participant 3: sí, sí sí

Participant 4: crec que abans no era tant així

Participant 3: jo també crec que sí, que hi ha més micro tendències a tiktok i s'acaba molt ràpid

Participant 4: sí, o els clips aquells

Participant 3: els de les flors

Participant 2: ah! la pinça de les flors, és que són xulíssimes, tu les veus i te les vols comprar

Participant 3: sí, jo me les vaig comprar un, no per tiktok però em va fer molta ràbia que la gent em deia "ah mira", no, jo volia una pinça però sí, és veritat que... i també molta gent compra, hi ha moltes coses de Shein perquè són més barates i... veu les micro tendències i fa les coses perquè...

Participant 4: com que s'ajunten les dues coses

Participant 2: sí, a vegades em faig carritos al Shein perquè m'ho vull comprar i les deixo allà i m'espero....

Participant 1: fins que se't passi

Participant 2: fins que se'm passi. i les tinc al carrito fins que se'm passa i no m'ho compro perquè no tinc diners. o sigui sé que si tingués més diners m'ho compraria segurament en canvi, és com que dic "no, [nom participant 2]. realment no cal, però has de ser com... has d'estar tota l'estona pensant "no ho has de fer, no ho has de fer"

Participant 1: bueno, i al final ho fas igual

Participant 2: sí, fins que un dia ho fas

Participant 1: avui he fet un pedido del Shein... terrible

Entrevistadora: La meua idea era ara posar-vos uns vídeos amb l'ordinador però com sabeu el wifi de la UAB no va molt bé així que ho farem amb el mòbil. ara estem passant a una segona part que és una mica més divertida en què bàsicament jo he agafat unes tendències que a mi em semblen interessants i us posaré uns vídeos i a partir d'aquí reflexionarem de mode més concret, perquè no sigui tan general. llavors... primer, el I'm just a girl, clarament, perquè crec que és com la tendència que a totes ens ve al cap quan parlem de feminitat. [es reproduïxen els vídeos].

Participant 4: quantes coses... [riu]

Entrevistadora: sí, sé que hi ha moltíssims vídeos, no cal que us en recordeu de tots, però la primera pregunta així com ràpida: us sentiu identificades amb això? si vosaltres veieu aquest vídeo i dieu com "soc jo literal" o...

Participant 2: sí, jo amb algunes coses sí

Participant 4: jo crec que soc més jo quan utilitzava TikTok

Entrevistadora: com?

Participant 4: o sigui, em sento identificada però em sentia més identificada quan consumia TikTok. crec que ara no m'hi sento tan identificada. em fa una mica de ràbia ara quan ho miro

Entrevistadora: i us sentiu identificades amb tots o hi ha algun que hagueu dit com...

Participant 3: jo no he entès, no sé si era perquè l'estava mirant al revés hi havia un que com que s'estava afaitant però com només una part de la... s'estava afaitant només una part...

Participant 2: bueno, clar, lo que se li veia

Participant 4: només per... per no fer-ho tot, només la part que se li veu

Participant 2: això me'n recordo que quan érem adolescents ho fèiem molt amb el dobladillo del pantaló

Participant 1: jo ho faig ara

Participant 2: sí, sí, sí

Participant 2: com que es portava molt això doncs la gent es depilava com només aquesta part

Participant 1: jo ho faig, jo és que ho faig a dia d'avui

Participant 2: sí, sí, sí, totalment

Participant 1: jo ara mateix estic així

[riuen]

Participant 2: és que jo crec que aquestes tendències, tot el que ha sortit és com... per una part com un estereotip de les noies però que alhora totes ens sentim identificades en part amb alguna d'aquestes coses i que tant el poden vendre com el primer per exemple el trobo com el gran estereotip com una noia amb una mascareta com amb el típic got amb un ordinador com la llum tenue...com el gran ideal d'estar bé en teoria. l'últim que... al final sembla com més natural però alhora t'està posant també com tot de coses que en teoria fem les noies i crec que d'alguna manera les dues coses són coses amb què ens podem sentir identificades i que sí que podem fer.

Participant 4: jo crec que sí que et pots sentir identificada però jo crec que la cosa és que en comptes de veure-ho com un estereotip ho romantitza. el problema que jo tinc amb aquests vídeos és com que ho romantitza molt i com sembla que tothom hagi de ser així quan ja no hi ha noies que no són així... que és veritat que en moltes sí, ja està molt bé però com no problematitzar-ho. és com... és això i està molt bé perquè és veritat que com no t'has de pressionar a anar en contra però alhora tampoc potser cal... no sé, a mi em fa sentir incòmoda, sobretot el del cotxe de ficar-hi tiritas. que sí, que jo no sé com van els cotxes però és com... em fa sentir incòmoda

Participant 3: sí però no sabem coses de cotxes però no és perquè siguem noies, és perquè no sabem coses de cotxes però podríem saber-ne. que jo tampoc en sé, però a mi el que no m'ha agradat d'aquell vídeo és que soc una noia, vaig a ficar-li això i ja ja, solo soy una chica

Participant 3: sí, com "les dones són tontes", no saben arreglar cotxes

Participant 2: sí, però els altres vídeos, el de afaitar-se, ho faig però perquè... em fa com mandra fer-ho tot i només faig el que se'm veu i... l'altre de... el de la mascareta soc jo per les nits, sí, sí, totalment

Entrevistadora: molt bé, i i vosaltres creieu que això pot tenir impactes després en com us comporteu. a lo millor ara el que tu deies... ho pots romantitzar més i ara et pot agradar més de cop: buah, no tinc res a fer, em vaig a posar una mascareta, em vaig a posar a mirar pinterest... i voy a romantitzar mi vida o creieu que és una cosa que només es queda a tiktok ho mires i és com...

Participant 1: no, jo crec que va més enllà de tiktok. jo trobo que tots els vídeos em podrien haver sortit i no m'hagués portat les mans al cap en cap. és a dir, tots em semblen bé perquè és el meu contingut, el típic em surt literalment. aleshores estic tan acostumada aquest d'això que al final és com que ho interioritzo i si de sobte ho estàs fent per la nit i dius ai mira. just, a més, jo tinc unes mascaretes a casa espectaculars, jo tinc una quantitat de mascaretes... o sigui que ho hagués fet segurament. o sigui, m'influència moltíssim i soc conscient però tampoc faig res com per parar-ho.

Participant 2: a mi és veritat que... jo crec que quan em van començar a sortir aquestes tendències en part em van tranquilitzar una mica. però perquè és com que... jo crec que també estem en una altra onada del feminisme i llavors com... que hem passat per una adolescència moltes d'haver d'estar lluitant tota l'estona de no em vull depilar perquè no em dona la gana, perquè vaig en contra dels meus pares i perquè me la pela no encaixa, que és mentida però és igual. o almenys jo ho he viscut així, com que he d'estar lluitant perquè és igual si no encaixes, és igual si no et depiles, és igual si no et vesteixes així, tal, tal, tal, però arriba un punt que també penses com... i si em vull depilar, doncs em depilo i "I'm just a girl" i llavors és com que tinc aquesta contradicció de dir: fins a quin punt estàs lluitant i no estàs lluitant quan estàs fent aquestes coses, fins a quin punt no és una reivindicació dir "li fico una tirita al cotxe perquè me la pela no saber de cotxes". o sigui, és com que a mi em genera moltes contradiccions això perquè a mi em faria molta gràcia fer amb les meves amigues lo de posar-li una tirita al cotxe i dir-li al meu amic mecànic hombre "ja ja ja".

Participant 3: ja, sí

Participant 1: sí, sí, ja

Participant 2: i llavors és com que... no sé com explicar-ho, que sí que sé que... com que aquest sistema és masculista d'alguna manera i que el meu amic sabrà més de cotxes que jo i que jo crec que les dones en general sabem menys de cotxes no perquè psicològicament puguem sapiguer menys si no per com està muntat tot però alhora és com que també... és que no ho sé,

Participant 1: sí, sí, és contradictori

Participant 2: no sé fins a quin punt es reivindica o no es reivindica, saps? i llavors és com que sí que em tranquil·litza en aquest moment com poder dir mira, vull descansar i ficar-me una mascareta i ser feliç i no haver d'estar tota l'estona dient no em depilaré, no vull encaixar

Participant 3: sí però, jo crec que tens tota la raó i, de fet, jo també ho penso, però alhora crec que precisament de tant mirar aquests vídeos com vols fer això, saps què et dic? perquè quan ho consumia més era del pal... precisament perquè he vist aquest vídeo... crec que no és el mateix el que fem nosaltres que com que això tingui una plataforma. saps? jo crec que està bé dir em depilo perquè estic cansada de sentir-me incòmode i perquè això és el que m'han ensenyat i m'és igual i em depilo a com tens una plataforma i com ser conscient del que poses

Participant 2: clar, també nosaltres és com que hem tingut aquest punt de reflexió d'alguna manera, de dir... "estic veient aquests vídeos però sé que hi ha algo que potser no està bé" o que ho podem problematitzar en algun cas però jo no sé fins a quin punt la meva cosina de 14 anys quan vegi això veurà com l'alternativa. que igual sí, perquè no tinc ni idea.

Participant 4: exacte, perquè tal com estan les coses...

Entrevistadora: vale, ara us posaré una altra tendència que ja sabreu quina és però jo us poso un vídeo per contextualitzar una mica

[es reproduceix el vídeo]

Entrevistadora: vale, hi ha moltíssims vídeos així, us n'he posat un perquè ja era suficientment llarg pero bueno, cómo veieu esta tendencia? us fa gracia? creieu que relata la vostra experiència comprant...?

Participant 3: sí, jo utilitzo el girl math més que res quan tinc efectiu és gratis

[totes diuen que sí]

Participant 3: perquè com a la compta bancària queda igual doncs... és gratis o també el que diu de "vaig a gastar-me aquests diners", no els acabes gastant i pots gastar-te'ls perquè ja havia pensat anteriorment en gastar-me'ls però l'altre sí que no... crec que aquest és el meu límit

Participant 1: jo és que crec que la primera vegada que vaig veure aquesta tendència verbalitzada em vaig adonar que jo ja ho estava fent

[totes diuen que sí]

Participant 1: jo al meu cap ja funcionava així abans d'aquesta tendència. o sigui, jo si pagava en efectiu, per mi no era un gasto, jo si pagava una cosa i la tornava, eren diners guanyats, o coses així. moltes coses que dius que fan comentaris... que estigui dient tota l'estona "ah, m'ho puc gastar en roba i maquillatge". bueno, no són els meus únics gastos, jo no prioritzo per sobre de tot el demès la roba i el maquillatge. o sigui, en aquest aspecte sí que no estic d'acord, però sí que és veritat que el girlmath com a tal jo ja el feia servir abans de la

tendència i quan la vaig veure em vaig sentir tan identificada, dic "no soc la única, menos mal". I després ho vaig parlar amb la meva mare i a la meva mare li passa igual, o sigui que... bueno

Participant 2: jo també trobo que ho feia abans de veure la tendència però sí que és veritat el que deies tuque quan ho relaciones amb no ara m'ho puc gastar en roba i maquillatges i jo penso com bo ara tinc aquests diners per anar en viatge o el que sigui, o no els tinc... sí que és veritat que crec que és algo que igual també podrien fer homes però que amb aquesta tendència és com que s'ha feminitzat el fet de pensar-ho d'aquesta manera i com que sí que pensem en diners i en números és com que les dones pensem en això i no pensem en l'altre que és mentida, s'ha com estereotipat que facin només les dones i que sigui com el "girl math" però no crec que sigui així tampoc ni que la base d'això sigui aquesta. com que ho han absorbit d'aquesta manera de pensar i han dit "fem una tendència femenina i ja està". bueno, no ho sé, igual no.

Participant 4: no ho sé... jo me'n recordo del moment exacte en què una amiga meva em va enviar un tiktok d'això i de les dues està dient "que fort és real, pensem així" però jo em pregunto i això no ho pensen els homes? jo crec que tothom pensa així i precisament crec que és...

Participant 1: jo és que de veritat ho he parlat això amb la meva parella...

Participant 4: i no?

Participant 1: no, no, no

Participant 3: jo sí que tinc amics que pensen així

Participant 1: sí?

Participant 3: bé... heteros no

Participant 2: ah!!! clar

[riuen]

Participant 3: clar, això és un altre tema

Participant 1: jo li dic [nom parella]! Per exemple, jo si pago una cosa, amb molts mesos d'antel·lació al moment que passa és gratis

[totes diuen que sí]

Participant 2: és que total

Participant 2: exacte, exacte

[riuen]

Participant 1: doncs ell no ho veu així, fa com "ja ens pot agradar perquè hem pagat un munt"

Participant 2: en aquell moment penses...

[totes riuen]

Participant 1: jo no, jo no me'n recordo. si no me'n recordo això és gratis, però és que no ho veuen així i jo ho he parlat així perquè jo tinc molt present aquesta regla del girl math, la tinc present tota l'estona

Participant 3: sí, sí, jo encara l'utilitzo

Participant 1: i no... però és que ni ell ni la majoria d'amics amb els que he parlat d'això... els homes no ho veuen així, no ho sé, també et dic que malament fustigar-te tota l'estona: "que m'he gastat això, ara vaig a gastar no sé què", jo visc més feliç

Participant 3: jo sí, la meua parella i jo l'altre dia vam anar a comprar-la al Alcampo i em va dir "que bé, m'ha costat 10 euros tot el que heu comprat" i jo "no, t'ha costat 60" i em va dir "no, perquè jo ja tenia uns diners reservats per això així que només m'ha costat 10 euros" i jo "girl math!!! molt bé, molt bé". O sigui que sí que hi ha gent que pensi en això, homes, però sí que està més lligat com a les dones. abans que hi hagués com un nombre per això jo ho pensava així des de sempre

Participant 2: jo és que no ho he parlat amb homes

Participant 4: jo també, per això et dic, que pensava que era algo misògin de "les dones no saben comptar" però pensava que ho feia tothom

Participant 2: sí, jo també

Participant 3: potser és una cosa que pensa bastant de gent però la han associat a dones per això.

[totes diuen que sí]

Entrevistadora: i creieu que a partir d'aquesta tendència com que vosaltres, o en general la gent, com que pot acabar gastant més. és a dir, era una cosa que ja pensàveu, però ara, com que teniu el terme, és com, bueno, "girl math", i em gasto com tots els meus diners.

Participant 1: Sí, per suposat.

Participant 3: Ara ho puc verbalitzar més, saps? Abans ho feia i la gent com... Hi ha persones que no m'entenien però si jo deia girl math... ara és com girl math, sí. Com m'ho pots verbalitzar més.

Participant 2: és que la gent t'entén amb una paraula, no?

Participant 3: Sí.

Participant 1: sí. no, és que ara està com molt justificat.

Participant 3. sí, això, totalment justificat.

Participant: Ho justifica superràpid. Jo és que, esclar, és que em sento millor, però en realitat és pitjor, perquè ho estàs més, saps?

Participant 4: I realment, com em fa gràcia que sigui girl math, perquè realment no és sobre mates, és només sobre diners, com no és...

[totes riuen i diuen que sí]

Participant 4: És literalment només diners, llavors, és com... També suposo que les dones gasten més, perquè com... roba, maquillatge, skin care, com tens molts més gastos, i hi ha un home que no fa tot això, llavors, com... has de justificar més gastar-te aquests diners, perquè si no...

Participant 2: Ja, jo crec que ve molt com de... O sigui, no sé fins a quin punt les dones gasten més diners, o no. Perquè potser els homes es gasten com amb altres coses. Perquè, no vull generalitzar amb el futbol, però és que al meu novio li agrada molt el futbol, però els diners que es gasten amb anar a veure un partit de futbol, t'has de comprar no sé quants pintallavis per... Saps el que et vull dir? És molta roba per compensar-ho.

Participant 1: Clar.

Participant 2: I... Sí, jo crec que ve molt també com per la gestió dels diners, abans qui treballava eren els homes i els que tenien els diners, no sé què no sé quantos, i llavors és com... que tu com a dona també t'has de justificar per gastar-te els seus diners. I has de dir, no, me'ls estic gastant amb la justificació del que és girl math i no, perquè si te'ls vols gastar, doncs te'ls gastes. Saps el que et vull dir? És com que... Jo crec que ve més per aquí, saps? Com del fet de dir... que t'has d'estar justificat tota l'estona de gastar-te els diners quan realment no cal que et justifiquis per gastar-te els diners perquè si tu estàs cobrant, doncs te'ls gastes i punto.

Participant 1: Sí, però jo també crec que al final o sigui com seguint això... Clar, o sigui, vale. Imaginem que es compra... Bueno, jo és que en el cas del [nom parellal], doncs imaginem que es compra una cadira d'escriptori.

Participant 2: La de gamer.

Participant 1: costa 100 euros en la cadira. Clar, si et fiques a pensar, si sumes les vegades que jo he anat a comprar per arribar a gastar-me aquesta quantitat, són com tres o quatre vegades, saps? Que sembla com que jo estigui consumint tota l'estona, però al final ell s'està gastant més diners com de cop. Aleshores, sembla com que al final les consumistes som nosaltres, però ell és igual de consumista que jo. El que passa és que les prioritats per gastar-te els diners són diferents, aleshores és com que... Potser jo vaig un dia a un compro dos tops amb gasto 20 euros i ell un dia es compra, no sé què, una entrada per entrar a no sé on, i es gasta 50 euros. Doncs és que al final jo trobo que consumistes som tots, que no significa que nosaltres tinguem més gastos, sinó que simplement nosaltres, els nostres gastos són més petits. Opino.

Participant 4: Però també és com, jo què sé, anar-te a tanyar el cabell, anar-te a fer les ungles, a fer-te les celles, el skincare que s'acaba i t'has de renovar, el maquillatge que s'acaba

i t'has de renovar, roba que són les tendències que si ara això ara lo altre... realment jo crec que sí que has de gastar més, el que passa és que potser no ens n'adonem, però com, jo què sé, fer-te les ungles cada dues setmanes, com 20 euros, en plan...

Participant 2: Sí, sí.

Participant 4: És veritat que són gastos petits, però en tenim molts.

Participant 2: Com que te'ls imposen, no?

Participant 4: Clar, i a part tot és en relació a...

Participant 2: Si entres en aquestes rodes, sí, clar.

Participant 4: És tot en relació al teu aspecte, que clar, potser que no ho facis, però com en general, els gastos associats a dones, com d'anar a la perruqueria és molt més car...

Participant 2: Sí, això sí.

Participant 4: No ho sé.

Participant 1: Supercierto.

Entrevistadora: Doncs ara, bueno, aquí he agrupat moltes tendències, però jo crec que entendreu per què estan relacionades, en plan com que té un sentit.

[es reproduueixen els vídeos]

Participant 4: han estat molt satisfactoris de mirar aquests vídeos

Participant 2: estava pensant el mateix, eh, el mateix

Entrevistadora: bé, per contextualitzar, vull parlar en general dels vídeos que et presenten com la seva rutina de matí, com es maquillen o el que fan o com el que dèiem abans de Get Ready With Me, totes aquestes coses. I bueno, us volia però voldria preguntar, bé, a tu potser en passat, si us apareix aquest contingut a TikTok.

[totes diuen que sí]

Participant 1: Sí, sempre.

Participant: 3: sí, sí

Participant 2: cada dia.

Participant 1: Cada vegada que entro a TikTok crec que un de cada cinc vídeos és una cosa de Get ready with me! I me'ls empasso.

Participant 2: Jo també me'ls empasso.

Entrevistadora: I us sembla, o sigui, us semblen interessants, us agraden, us fan sentir el que tu deies... "què agradables". O sigui, per què creieu que us surten o per què els consumiu?

Participant 2: Sí, jo els veig i m'encanta veure'ls, però també penso que és totalment al contrari del com són els meus matins, per exemple. O sigui, em surten com molts morning routines i coses d'aquestes. Jo no faig res d'això i m'encantaria, però és que ho veig i m'encantaria fer-ho, perquè penso que ho veus tot calmat, amb musiqueta, i penses "el meu matí és del tot menys calmat", o sigui, estressant, saps? Perquè m'adormo. Però jo crec que et donen com un ideal de vida, que et penses que estarà molt bé i llavors per això et quedes, perquè et dona aquesta satisfacció de pau, de tranquil·litat. Jo crec que em quedo mirant-los per això, però clar, realment després ho penso i dic que [riu] és tot al contrari del que faig jo els matins, però bueno.

[totes li donen la raó]

Participant 4: Ja, és com el que t'agradaria que fos la teva vida.

Participant 1: O sigui, a veure, al final també, clar, si els veus sencers normal que després et surtin més, no? O sigui, si et veus sencer el vídeo, després et sortiran recomanats vuitanta més. Però és que igualment, és que m'encanten. I és que no faig res d'això i mira que, per exemple, amb el skincare em fa una pereza tremenda fer-me el skincare, jo és que no... I mira que ho he intentat, he intentat incorporar les meves rutines, però és que no hi ha manera i no puc. I si que ho veig i dic, que mones.

Participant 4: Jo era obsesa de l'Skincare i jo ho feia. I al matí a la nit i ho feia. I era quan continuava TikTok. I també quan feia els vídeos. Jo estava molt in en això. Però ha sigut... Bueno, un dia em va sortir un vídeo d'un senyor explicant... un dermatòleg que em deia que era com una estafa. I vaig pensar que realment segurament és una estafa.

Participant 3: És que sí que és una estafa.

[totes riuen]

Participant 4: És una estafa totalment.

Participant 3: La meva dermatòloga em va dir... Perquè clar, jo me posava abans quan feia la meva rutina skincare, jo utilitzava el que ella em deia d'utilitzar. Perquè tenia arne i necessitava els productes, però perquè necessitava tractar la meva pell.

Participant 4: Exacte, era un tema específic.

Participant 3: I vaig com... M'agrada cuidar-me i no sé què, no sé quant, lo típic, saps? I vaig començar a comprar coses i tal, i el típic de "vaig a comprar això, vaig a comprar-ne lo altre" i tal. I me va dir la dermatòloga, me va dir que l'únic que fas és... potser si t'està anant bé, però t'està anant bé perquè ja t'has destrossat la pell i has de reaplicar-te aquestes coses i una vegada que el deixis, tindràs la pell fatal. I és veritat, jo l'hi vaig deixar i vaig tenir la pell horrible. Estava tan... Me sentia tan horrible. I després ja, com que vaig deixar, ara només me rento la cara pels matins per despertar-me i tinc la pell molt millor que quan utilitzava tot això.

Participant 4: És que és real això, perquè com ella deia, com et fas, com et destrosses la teva protecció natural i després t'apliques coses per... Llavors deia com "si està bé, però com també està bé si no ho fas" I vaig pensar, ostres, i dic la quantitat de diners que m'estic gastant. Perquè a part no comprava com del Mercadona, comprava les que semblava que eren com naturals i com que eren millor, no sé què, tal. I vaig dir, no ho faré més, com ja no ho compro. I també va ser com la època en què vaig deixar d'utilitzar TikTok i com... Ja no... perquè al no veure-ho tant no sentia que ho necessitava tant, saps? Llavors, sí, sí, però com jo estava in, com mirava vídeos a una hora de skincare, perquè estava com molt obsessionada amb el tema, m'agradava.

Participant 3: Jo me'n recordo quan era petita al YouTube, era com... A mi m'agradava veure com els típics vídeos de "a day in my life", i com era una noia, o... normalment eren noies que ho feien, que com se despertaven i t'ensenyaven la seva rutina de maquillatge i no sé què. Jo crec que aquestes tendències també em recorden això, i jo per això les reconsumeixo. Després no faig res a veure això. La meua rutina del matí és despertar-me quan puc despertar-me, fer-me un cafè, posar-me les lentilles per veure algo, rentar-me la cara i ja com vestir-me i tot això. I me maquillo, perquè m'agrada maquillar-me, però jo no faig res d'això. No sé.

Participant 2: Jo crec que també quan ho comences a fer ja t'acostumes i quan en el moment en què ho deixes de fer és com que penses "algo estic fent malament", et culpabilitzes de "perquè no estic fent això".

[totes assenteixen]

Participant 2: Jo és veritat que em rento la cara amb el sabor de les mans, i sé que igual tampoc no és el millor, [totes riuen] però la meua mare sempre m'ha dit "tu el que has de tenir és la pell hidratada" i llavors jo em rento la cara amb sabó i em fico crema hidratant, ja està. I és la meua rutina, no? Jo penso és que tampoc necessito, o sigui, no sé, tampoc tinc la cara tan malament, si m'han de sortir arrugues, ja em sortiran. O sigui, com no sé, que quan ho penses també és això, jo ho penso molt i dic, clar, és que jo si tingués molts diners, en plan, si jo em pogués gastar els diners en això, és possible que sí que em comprés alguns productes diferents.

Participant 3: Jo 100% ho faria.

Participant 2: És com que ara, com que no els tinc, doncs mira, em dic no a mirar-ho i tal. Però també és veritat que bueno, no sé, no sé, no deu ser bo, però sí que t'has de rentar la cara i aquestes coses, l'únic és que aquí t'imposen una manera de fer-ho sempre de la mateixa manera: fer esport als matins, duxar-te, fer-te el cafè, qui té temps per fer això? A mi també em surten vídeos de gent despertant-se a les 4 del matí [totes assenteixen] per fer tot això en el gimnàs i penses, clar, però és que jo realment vull això i ho mires i penses, "uau, quina força de voluntat, aquesta tia és genial", però no ho pots fer tot. Clar, vull dir, mentalment jo sé que no estaria bé fent això, saps? Però perquè no he pogut fer aquesta reflexió, però si no, potser sí que pensaria, "uau, ho he de fer", saps?

Participant 4: O sigui, amb el que has dit, jo me'n recordo quan ho vaig deixar de fer, que sí que em sentia malament, era com...

Participant 3: Jo no m'estic cuidant tant o...

Participant 4: Sí, sí, i tinc la pell igual, vull dir. [riuen]. És que a més a més...

Participant 1: O sigui, jo sí que sento que amb totes aquestes coses he tingut com el moment de dir, vale, vaig a fer-ho. Saps si m'han passat amb gairebé tot, no tot lo dels vídeos, però gairebé tot, perquè amb el Skincare jo sentia la necessitat que ho volia fer, però era com que ho volia fer, però no ho necessitava. Però és que realment no m'agradava gens estar-te tanta estona allà davant fotent-te potingues. És que no m'agradava. I ara sé que, com que encara que ho vegi, no ho faré, però perquè ja ho he fet i ja he vist que no encaixa amb mi. Aleshores, simplement, doncs ho he deixat.

Participant 3: Després ara hi ha una tendència també, que és el messy girl o com se digui, que romantitza això, de no fer-se la skincare, de tindre l'habitació no tan arreglada com aquesta gent. Bueno, me faig el cafè i menjo un girl dinner, que és el que te trobes, doncs te menges, jo què sé, una sopa, cinc cigrons del que te queden i ketchup. Ala, girl dinner. I és com que romantitza això, un estil de vida no clean girl. I a mi em sembla una tonteria, això, també, perquè és com...

Participant 3: Ja, ara a tot l'hi hem de posar nom, no?

Participant 4: Sí, sí.

Participant 2: I a mi ara també em surten vídeos d'aquests, com de mi madre me ha pedido que enseñe la habitación. A veure si vosaltres la teniu igual, i jo realment la tinc igual, que té una civitat molt destrossada, bruta, bueno, tot tirat pel terra, saps? Llavors és com que, clar, sí que ho has de passar tot per la tendència, però sí que em sento molt identificada, també, no?

Participant 3: Però qui ens fa sentir millor, mira això o l'altre?

Participant 2: Ja no sé qui no em fa sentir millor, la veritat. Igual l'altre, fins i tot. El net. [totes riuen] El net poder em fa sentir millor.

Participant 4: Ja, potser, potser. I soc el brut, no?

Entrevistadora: L'altre potser És com que et deixa en evidència.

Participant 3: Home, això ja ho veig cada dia.

Participant 2: No em ve res de nou. [totes riuen]

Participant 4: Clar.

Entrevistadora: I creieu que aquest, per exemple, és un contingut que només surt a les noies? O, a veure, només, com que en general surt a les noies? O creieu que a un noi li pot sortir això?

Participant 4: Jo crec que sí, amb els gymbros, per exemple, com aquest noi que us deia quan feia vídeos de... Bueno, clar, era molt relacionat amb el gimnàs, no era tant en general, que això potser és la diferència.

Participant 2: Sí, jo crec que els nois no tenen aquesta pressió de tenir les coses ordenades i netes. Jo crec que es criminalitza molt més que una tia tingui l'habitació desordenada, que no es faci llit, que no faci bona olor. Un home que surt i fa pudor el romantitzem molt més que una dona que surt i fa pudor, no té cap sentit. Però, sí, jo crec que sí que en surten més a les dones, perquè també nosaltres pensem més en això. Llavors, també mirem més aquest vídeo, per tant, el nostre algoritme també ens porta com a que en sortin més aquests vídeos.

Participant 3: Hi ha vídeos d'homes fent Get Ready With Me i el típic de skincare, no sé què, però jo sé que ho fan perquè la seva audiència no són homes, són dones, o sigui, és el mateix. És com... Però és com una altra d'això de mira, ho faig per encaixar bé amb l'altre, saps? Però no ho fan pels homes, ho fan...

Participant 4: I és un altre estil de masculinitat, com no és la masculinitat hegemònica de que vesteixen de Nike tots de negre i les Air Force, és com un altre tipus de noi.

Participant 1: "Ay soy diferente" [to irònic, totes riuen]

Participant 2: I també com els vídeos aquests...

[una trucada interromp la discussió]

Participant 2: Sí, amb el que dèiem abans també em surten com vídeos en plan de ties com maquillant els seus nòvios. Però llavors és com que els homes que sí que igual segueixen... És com que ho fan per la seva... per elles, saps? O no ho fan com per ells mateixos, també.

Participant 3: Sí, que el contingut és per l'audiència femenina. És que jo... què consumeixen... els homes a TikTok? No ho sé. De veritat, no ho sé. Perquè jo tots els meus amics són... Són gays. Així que consumeixen el mateix que jo perquè... Bueno. Perquè sí. I... Però no sé què consumeixen sempre en els homes a TikTok. No ho sabria dir.

Participant 1 i 2 alhora: futbol.

Participant 2: al meu nòvio li surten vídeos, de fet, com... Li surto molt com un tio, em fa tant de cringe... O sigui, cada cop que m'ho posa, com un tio que parla com molt intens en plan... de futbol. Tipo... I ahora... Neymar, marcó, en el no sé què, no sé quantos. Fiquen música èpica. [totes riuen] I al meu nòvio li encanta. I jo, mira... Jo li diria... i em diu "Gemma, mira que xulo és això". I jo miro i t'ho juro que amb ric de la seva cara em plen no sé què estàs fotent amb això. Em plan com... Realment t'emociona això? sí. Sí, sí. I li emociona, eh? I jo penso... No sé per on ho pots pillar.

Participant 4: Jo haig de dir que l'altre dia em va sortir... em va sortir a mi i també li va sortir a [nom amic]. O sigui, clar... Va ser com infiltrar-me en el... No era el TikTok, eren els

Reels d'Instagram, però bueno, a prox. Perquè jo crec que és com... Els mateixos vídeos que he de fet és posar també a TikTok. D'un tio que es diu Morant, que fa com vídeos super... En plan masculinitat, "los hombres tienen que ser tal...". No sé. La cosa és com de finances i coses així. I clar, jo vaig pensar, "uuaa, aquest tio": Era com interessant, en plan, vaig a ficar-me aquí a veure què diu, saps?

Participant 2: Sí, inversions també els hi surten, és veritat.

Participant 4: Exacte. I clar, jo em vaig començar a obsessionar i després, de tant en tant, em va sortir aquest tio, saps? I com vaig seguint la seva trajectòria vital. I... I jo crec que consumeixen això també, com els vídeos de com... No sé, leo un llibre, me voy a trabajar en mi empresa y me voy al gimnasio, saps? No sé.

Participant 2: Sí, també com vídeos del gimnàs, també. Però també crec que ara això les dones o les noies com també s'estan unint a aquesta tendència molt de... Un cos fort, no? Que... Que al final és com... Que estan igual, obsessionades amb el cos. Però... d'una altra manera. Però crec que amb els homes és també diferent, com és un altre tipus de cos. També al meu pare també li surt com coses de física quàntica, saps? I no té cap sentit, però només li surten vídeos aquests i li encanten. Llavors ell com que només m'explica "ua [nom participant 2] m'ha sortit aquest TikTok. Clar, a ell no li surt l'skincare, no li ha sortit mai. Si a ell li dius de fer-se un skincare doncs igual es tira pel balcó, però... [totes riuen] Bueno...

Participant 4: Ara estava també pensant que la meva mare, quan es va fer TikTok, va començar a voler comprar-se com maquillatge. Em va dir ai [nom participant 4], Un dia em va demanar a comprar-se no sé què, com...

01:05:00 Ara em vull maquillar. Quina casualitat que feia com... Com dues setmanes o així que s'havia instal·lat el TikTok.

Participant 1: Uau. Ja passa.

Participant 3: Jo crec que a la meva mare també li passaria. O sigui, perquè ella no es maquilla de normal, però crec que sí que es voldria, com, comprar alguna cosa, saps? Crec que... O sigui, ella amb les cremes sí que li agraden molt, però crec que si mires el TikTok, encara voldria comprar-se més cremes, més coses. Però bueno.

[es reproduïxen els vídeos]

Entrevistadora: Bueno, en principi això s'assembla molt al... "I'm just a girl" però és una mica com més... com tot això del how I love being a woman, com molt celebrant, jo què sé, per exemple, les amistats femenines o coses així, o com ser una noia com... no de manera, jo crec, tan estereotípica, si només com... no sé com dir-ho... com... mostrant coses que normalment no es veuen de les noies, no? D'aquests vídeos que heu vist, potser no tots, però dirieu que us sentiïu identificades? Creieu que, per exemple, el primer vídeo que era com t'estàs preparant per sortir de festa amb les teves amigues, no sé què, creieu, o sigui, com, què penseu?

Participant 3: Jo estic superidentificada. Amb els dos primers. O sigui, el tercer me'n recordo. Bueno, sí, més o menys, però els dos primers, o sigui, el primer reconec el sentiment d'elles, però també m'he passat amb els meus amics, també, però, bueno, jo què sé, poses ABBA i estàs com en una pre i estàs com ballant i no sé què, te sents com... és una felicitat. Crec que és perquè, també, en plan està com... això de pots ser tu mateixa i que ningú te'n jutjarà. I el segon, jo crec que un dels meus sentiments preferits és quan vas a sortir i que poses música i t'estàs maquillant i no sé què, perquè a mi m'agrada molt maquillar-me i és com un moment de tranquil·litat, no sé. Sí, sí. Estic superidentificada.

[venen les dues participants que faltaven i es presenten]

Entrevistadora: Bueno, ja que us incorporeu, ara, si voleu dir, la primera pregunta que he fet era com que cadascú us presentés i digués quina relació té amb TikTok. Tipo, si consumiu molt TikTok, si no el consumiu, per què, quin contingut consumiu, etcètera.

Participant 5: Jo em dic [nom participant 5] i utilitzo molt TikTok. O sigui, en les meves hores diàries, jo crec que dues hores del meu dia estic veient TikTok. I és un dels meus hobbies, de fet. [totes riuen]. No, de veritat. És una de les coses que més faig en el meu dia a dia.

Participant 6: Jo soc [nom participant 6] i a mi m'agrada el TikTok, doncs, per mirar com... coses així d'inspiració, de llibres, o de coses així com... com cuquis. Més com de mirar... És com el que em surt al TikTok. Però el miro sempre després de dinar. És com el meu moment d'evadir el meu cap i deixar els meus neurones superfregides i miro el TikTok i ja està.

Entrevistadora: Super. Vale, doncs, us ho explico. Hem estat mirant uns vídeos i els estàvem comentant. Ara, l'últim és com la tendència aquesta de How I Love Being a Woman, que surt com gent... Jo què sé, els vídeos que havíem posat són com unes noies preparant-se per sortir de festa amb les seves amigues i com aquesta sensació de... Bueno, sensació que coneixereu. I ja està. I estàvem preguntant si se sentien identificades amb això.

Coincidíu com amb el que deia ella, que és com la vostra... O sigui, que és com una sensació molt típica d'estar amb les teves amigues i com que és xulo.

Participant 2: Sí, jo crec que des que som més adolescents, fins i tot quan érem petites, com si feies una festa de pijama amb les teves amigues, crec que ja tenies com en part aquesta sensació i crec que et vas fent gran, no? I ara amb aquestes tendències com que pots materialitzar més com el fet aquest de quedar amb elles, com ara et maquilles, ara fas no sé què, t'obres una birra o t'obres una copa de vi, saps? Perquè et quedi més aesthetic i com... Jo què sé. I estàs allà amb elles. I el que deies tu penses que també és un espai com molt segur, com d'amistats femenines, com de... No ho sé, com que et sents lliure de pressions en part.

[totes assenteixen]

Entrevistadora: I creieu que potser en comparació com a les altres tendències que hem vist és menys estereotip o creieu que també acaba com contribuint a...?

Participant 4: A veure, és que el segon vídeo era com la millor part de ser una dona i posava tot de productes. I jo pensava, clar, és que llavors ser una dona és com utilitzar tot això, saps?

Participant 3: I el tercer vídeo també, com que ensenyava, enfocava a dos noies utilitzant el mòbil, ensenyava com pintallavis, no sé què... És com que també crec que deixa fora també una part de les noies que no els agrada això, no hi són. I és com que, si identifiqués ser una noia amb això, és com que crec que... No sé, com que algunes coses es poden sentir excloses.

Participant 1: Jo és que sí que és cert que, per exemple, jo no he tingut tant aquesta sensació, en el sentit que sento com que, quan veig aquests vídeos, els adapto com a mi, saps? Com rotllo. Jo potser no faig això, però sé a què es refereix, perquè jo també sento això, tipo, abans de sortir a festa, jo no estic anant a lavabo de casa meva amb una copa de vino, sinó la meva mare me llamaria alcoholica [totes riuen] però sí que al moment de ficar-me la música i maquillar-me, encara que sigui del Mercadona, és un moment com guai. I jo, quan veig això, sento com que ho adapto al moment que a mi m'agrada, perquè sí que és cert que comparteixo amb ella, abans de anar a la festa, que a aquest moment m'agrada. O sigui, no ho veig com... Clar, és que a mi aquesta tendència em sembla com bonica, saps? Tipo que jo la veig i dic, oh, sí, que bonic, saps?

Entrevistada 3: sí, especialment el primer vídeo, de noies que estan com ballant totes, que sí, a mi aquest... M'he començat a somriure quan l'he vist [totes riuen], perquè he dit que és veritat.

Participant 6: És una mica el que tu dius, que crec que aquests tipus de trends, així com d'abraçar super la feminitat, això a vegades deixa una mica en fora algun perfil de dona, que potser no... Com que no estic identificada amb aquesta part femenina, però, per exemple, jo, que sempre era petita, perquè allunyar-me de la part femenina era com una cosa molt positiva, com ara més de gran, que veig tot això i dic, ai, com m'encanta ser tan coqueta, és com que, tot i que potser perpetuo alguns estereotips una mica negatius o això de la belleza inalcanzable, o, per exemple, avui ho parlava amb una amiga de dir, totes les que han sortit de la isla, totes les que promocionen?, doncs retocs estètics, operar-se, a vegades és una fulla de doble cara, saps? Però, alhora, com que a vegades crec que hi ha alguns trends que, si tu ho mires una mica críticament, pot ser una cosa inclús com positiva, també per abraçar com el que és femení, perquè sempre s'ha vist com una cosa una mica negativa, com ser femen... O sigui, com al final els nois es disfressen per fer broma de la mujer que fa no sé què, com si fos negatiu, saps? ser femenina o ser una dona. Llavors, a vegades, com abraçar la feminitat també, o exaltar-la, també crec que pot ser un punt com positiu.

Entrevistadora: Vale, doncs ara us posaré com una última tendència. Hi ha dos vídeos [reprodueixo els vídeos]. Primer us volia preguntar si creieu que és realista en general o sigui, si creieu que realment és com aquestes dues mirades que descriu, com ho veuria un home i com ho veuria una dona, si creieu que quadra amb la realitat o no. O potser si és molt difícil, com si vosaltres us sentiu identificades com amb la mirada femenina que està descrivint, saps? O sigui,

vosaltres quan es defineix com a un female gaze o el que sigui, si dieu, vale, sí, 100%, com que aquí m'agrada molt més, saps?

Participant 5: O sigui, a mi sí que em passa que jo, per comentaris que he rebut al llarg de la meua vida, sé que hi ha uns tipus de vestimenta que als homes els sembla més millor, que a mi, si jo personalment, no ho veig així. O sigui, a mi a vegades em passa que em poso una samarreta blanca amb un pantaló tejano azul i el meu nòvio em diu que guapa vas, o sigui, com diu que guapa vas, saps? tipo "esto sí". I a vegades em poso una mica xula, amb no sé què, no sé quantos i no rebo aquest comentari i és com... perdona? i vaig el triple de xula. Llavors les meves amigues em diuen... buah tia. No, però és que molt fort, o que a vegades, que sigui, a més, com a la meua universitat, tots són homes i tots senten amb el dret a dir esto no me gusta, esto sí me gusta, doncs sí que és veritat que quan m'ha passat aquestes coses es reparteixen aquests patrons, o que inclús jo quan vaig a vegades anar a comprar amb amigues i és com que hi ha tops d'aquests que porten molt, que són com d'encaje, però que no porten res a sota, i jo sóc ho dic, és que si en una discoteca tothom fossin noies, i és que ho podria portar així, i a més m'encanta perquè seria una cosa tan preciosa, o sigui, són tops que són preciosos per portar-se res a sota, però ja com sé que no es pot, perquè hi va haver algú criticant-me o mirant-me les tetes o acosant-me, en general, doncs és com que crec que són coses que sí que és veritat que entre les dones ho veiem i diem ah, m'encanta, però després un home com... amb una camiseta blanca està més guai i és com, què dius?

Participant 3: Ja, sí, sí, també. A mi va passar aquest estiu treballava en un hotel que hi havia molts homes, i era un hotel d'aquests de 5 estrelles, així que la gent era molt i un dia vaig anar sense maquillatge perquè no volia, normalment m'agrada maquillar-me perquè sí, i vaig anar sense maquillatge perquè no em donava temps i anava... i se me va apropar un tio i em va dir "què et passa avui? Estàs com una mica, no sé" i després em van comentar també... "no creus que dos pis cinc són massa?". "Així no et trauràs cap home" i jo: "menys mal" [totes riuen], però no ho faig per tu, no ho faig perquè a mi m'agrada, no ho sé, com sempre... com he rebut com comentaris així de en plan "és que així no li agradaràs als homes", i jo "millor, no ho faig per ells, ho faig per mi". I aquesta tendència de vestir-te en male gaze i el feminine gaze, també crec que hi ha dones a qui els agrada vestir-se com la primera dona que s'estava vestint així, potser li agrada vestir-se així i no és un male gaze, és perquè ella vol vestir-se així. La cosa de vestir-se com un ideal és perquè? no, fes-ho, posa-t això, perquè vols, què més dona el que pensi l'altra persona, no ho sé.

Entrevistadora: Vale, doncs de les tendències que us volia posar ja no n'hi ha més però si voleu parlar d'alguna altra... jo estava pensant, sobretot en molts moments de la conversa han sortit tots aquests estètics de dona de Dark Feminine Energy o de Cottage Core o Coquette o tal, vosaltres, si em voleu dir, quins coneixeu, quins us venen al cap, o amb quins us sentiu identificades, potser, com vulgueu.

Participant 6: Jo crec que a vegades hi ha alguns que són tan tancats que costa molt identificar-se amb un, perquè a vegades penso, ai, i jo què soc? Com si jo hagués de ser alguna cosa, i penso, ai, quins soc? I dic, cap, cap ni un o... no sé, tots.

Participant 2: ja, a mi em passa el mateix una mica.

Participant 3: L'altre dia una amiga em va preguntar, jo què soc? Tu què em diries que soc? i és que algú és algo?, realment, això és real? jo crec que no ho és. Sí que és veritat que pots tenir una mica... anar encaminada a un, però és el que dius com és tan tancat i a part també és com no només la roba, sinó com també un estil de ser.

Participant 6: clar, o sigui, jo per exemple a mi em fa una mica d'enveja com lo del clean girl aesthetic perquè jo penso, ai, ojalá ser com que semblar que cada dia em dutxo el cabell, i com que sempre vaig super neta, i tot el dia... perquè clar a la meua carrera, que jo faig educació primària, clar, hi ha moltes noies que són les típiques com profes, super estupendes, super mones, i a vegades és com que intentem sempre anar com sempre ser això, i a vegades és el que tu deies. sembla com que no pots tenir ni un mal dia, ni no poder anar un dia així o un dia així, perquè és com que tu ets això, ets una noia super neta, super polida, super estupenda, i doncs no, també pots ser una persona normal que un dia ja no arriba tant, saps? I a vegades aquests estereotips o aquests canons o amb això, és com que t'has de... com endinsar tant, que cosa molt com... sortir d'allà o no seguir-lo sempre, saps?

Participant 3: a mi em va passar quan vaig instal·lar TikTok per primer cop, ja al Covid i tal... hi havia com un d'esto que era... com era? Era... no ho sé, era com el "TikTok alt", que era la gent que es creia diferent, i jo em creia molt diferent allà, perquè si no estàs en aquesta tendència, és que ets una "normie", coses així, saps? I me'n recordo que després d'això, com que vaig comprar moltes coses per encaixar en aquesta estètica i tal, i me vaig perdre completament, jo ja no sabia el que m'agradava, el que no, o si m'agradava algo, me sentia malament per posar-me'l perquè les meves amigues em deien, ah, vas vestida molt diferent avui, no? I no ho deien a males, però jo no em prenia en plan, ah, merda, doncs m'he de vestir així, però sí, i... sí, no sé, aquestes tendències poden ser com molt gracioses, però crec que també poden ser com molt danyines, perquè és això. L'altre dia me va sortir un vídeo que era una noia que preguntava en plan "vale, ara que s'està apropant l'estiu, quina és la tendència? Com ens hem de vestir?" I jo, "què? Com que com ens hem de vestir?" I abans de l'hivern, quina és la jaqueta que hem de comprar? Aquest a aquest hivern? I jo, què? Però què dius? És que... no sé.

Participant 2: Sí, jo també crec que com a aquestes estètiques, sí, com... abans del TikTok, jo també, per exemple, volia ser perroflauta, saps? Volia ser... No, però sí, vols ser perroflauta i vols encaixar dins d'una estètica, vols ser pija i vols encaixar dins d'una estètica, vols ser xoni i vols encaixar dins d'una estètica i crec que això és el que vèiem abans i com... Crec que aquestes sí que segueixen, no? I estan com per sota i llavors amb el TikTok és com que s'agafen coses, es crea un ideal de persona amb coses d'aquestes, no? I durà, doncs, el que duri el trend.

Participant 5: Sí, i que són molt específiques. Són coses de què dic perdona, o sigui, què he de fer? renovar tot l'armari?

Participant 6: És el que anava a dir, són superconsumistes, perquè és com... Ara de sobte, com que et veuen la clean girl o la no sé què, i ara t'has de renovar tot l'armari.

Participant 5: ara t'has de comprar tots els productes del yepoda [totes riuen], hacermela ralla... i és com... Si quan tinc el cabell brut ja me vine bien, però és que a vegades no m'apeteix.

Participant 4: És que jo me'n recordo quan tenia TikTok hi havia una estètica que era com... "costal grandma" i era com una típica noia que viu a la costa, però dels Estats Units i que alhora vesteix molt elegant. Era una cosa molt específica. I se li va inventar una noia, i llavors aquesta noia la va fer viral, i llavors hi havia gent que ho reproduïa. A mi m'agradava molt, era com vestir-se de blancs i blaus. A mi m'agrada com el Vinted mirant i pensant ara has de com... I com que tenia un munt de likes a coses, i jo pensava "i ara haig d'estar vestint-me de blanc i blau només?" no té cap sentit, però com que és el que tu has dit [nom participant 2], si tingués diners ho faria, ho hagués fet com hauria dit, "ara soc una altra persona".

Participant 2: és que és això, dius "Si tens diners...", que tampoc hauria de ser això, però et compres la roba que et ve de gust en aquell moment, segueixes la tendència i quan canviï te la canvies. I jo em segueixo els mateixos pantalons o la mateixa samarreta que quan va primer de Batxillerat perquè encara em va i perquè no tinc diners, però si no igual no ho faria.

Participant 4: I no era només roba, era com els llençols del llit [tothom li dona la raó], la decoració de l'habitació, com els hobbies que tenia o com les pel·lis que mirava. I és com, li robem la personalitat a una altra persona.

Participant 2: L'habitació també és veritat que...

Participant 1: És un tema.

Participant 2: Les espelmes, els llibres... M'encanta, o sigui, jo ho veig les plantes, o si ho veus i dius que és xulo, jo vull tenir així l'habitació.

Participant 6: sí, però és impossible.

Participant 2: ja, després surt el Messy girl, no sé com és aquesta tendència. però a mi em surt una habitació totalment desordenada i dic "vale, aquesta és la meva". Però m'encanta veure l'altre.

Participant 6: clar, però també és veritat que potser som ja una miqueta més grans i una mica més crítiques amb això i podem dir que potser no cal ser la nena de blanc i blau, al cent per cent, si no dir aquests pantalons, però sí que és veritat que això, les meves nenes de 6a primària que estaven addictes al TikTok i venien cada dia amb això al TikTok, i jo penso que elles no són suficientment ni grans, ni madures, ni crítiques per dir que potser no cal seguir-ho tot o no cal portar-ho tot fins a un extrem. A vegades el TikTok és tan addictiu en totes les seves formes que inclús fora del TikTok segueix sent superaddictiu, perquè tu vols arribar a això sí o sí. Com per sentir-te, jo què sé... vàlida.

Participant 3: I si no tens TikTok, no estàs dins de...

Participant 6: no estàs dins de la jerga, no no.

Participant 2: Jo quan no tenia TikTok hi havia moltes coses que no m'entorava i moltes cançons que no sabia quines eren i moltes coses així que dius "què heavy"

Participant 6: És com estar desconectada del món.

Participant 2: I com deiem abans amb el del girl math, ara quan diem girl math ara tothom sap el que dius [totes riuen].

Participant 5: Sí, sí, és que les girl math... jo Això ho sento, però... estic molt en contra.

Entrevistadora: Si vols pots explicar-ho.

Participant 5: No, el I'm just a girl, és com... No cal arribar a tot, però tampoc no hi ha gius justificar coses de...Sóc tonta, només soc una dona. Bé, doncs ets tonta, ja està i no passa res [totes riuen]. Però el girl math és... Realment, són coses que és com que dic... "A mi també em passa que si torno a alguna cosa dic... Xiclin xiiclin he ganado dinero. però és com que no és el moment. Jo trobo que potser no estem tan guais com per poder dir que som dones tontetes. Que pot ser-ho i no passa res, però... Jo sé que això els homes els arriba. I això és el que a mi no m'agrada. Que a un home es pensi que "girl math". Que a les dones pensem "girl math"? bé, endavant. Però que un home em digui és que com ets una dona no saps fer matemàtiques. Bueno... totes sabem.

Participant 6: bueno...

Participant 5: sí saps, sí saps [totes riuen].

Participant 4: És que clar jo m'imagino una nena, com tu has dit, de sisè, consumint això tota la seva vida, obviament... i com s'ha fet tanta feina perquè les noies es fiquin en la ciència i en les mates...

Participant 6: pues chao, eh

Participant 4: I tot això s'ho carrega. a nosaltres ens pot fer gràcia, però...I també entre nosaltres, com entre amigues, fer les bromes, però jo crec que és perillós a Internet que estigui això, que sigui una plataforma tan gran i que no hi hagi una altra narrativa. Perquè és el que deia, a mi també m'ha fet molt replantejar-me la meua parella. El fet d'estar sortint amb una noia que no és femenina, hegemònica, que em fa replantejar-me molt les coses de dir "és que també hi ha una altra forma de ser, que també és vàlida i també és una noia". Què passa que ella no pot?

Participant 2: també she's just a girl, no?

Participant 4: clar, és que també no sé... Això em fa...

Participant 1: Sí, però jo crec que aquí també entra molt l'educació. Perquè, al final, tu com a pare tampoc hauries de deixar que la teua nena consumeixi això.

Participant 4: és que és complicat. Tu com a nena de sisè de primària...

Participant 6: És com una bola gegant, perquè és com que tu fas i tu i tu i i tu, que seré jo l'única que no?

Participant 3: exacte

Participant 6: llavors, la família diu, té, un mòbil, el TikTok, el no sé què, i hi ha molts problemes amb el TikTok. Per exemple, el dia de carnestoltes, el típic que et posaves a ballar al just dance o a posar música. Doncs es van posar... Baila si te la sabs. Trend de TikTok.

[totes actuen sorpreses]

Participant 6: ja, no ho sabia jo això. Eren un fondo del piolín. I sonaven cançons del TikTok. i totes allà tacatà tacatà [imitant una coreografia de tiktok] I jo deia, hòstia, com... Li has dedicat moltes hores per saber-te durant 15 minuts tots els balls de 15 segons.

Participant 4: i el que no se'l sàpiga, super exclòs.

[totes assenteixen]

Participant 6: i és com un problema perquè jo em trobava que jo quan anava a sisè... bé, no vaig tenir mòbil fins a primer de l'ESO.

Participant 3: ja, jo també

[asenteixen]

Participant 6: I ara tots els meus nens tenien mòbil i tenien que si l'iPhone, que si el no sé què... i Jo pensava, és que teniu 11 anys, i esteu tan... I a més, amb altres temes, amb la pornografia... ho tenen tot a la mà i està tan poc controlat que allò era... una bomba. Era com donar-li una bomba a un mico. [riuen]

Participant 4: vale, tan petits... Però inclús amb 15 anys. Bé, No és el mateix, però potser pitjor.

Participant 3: sí, no està tan... Jo me'n recordo que quan érem petits natros que també teníem molt d'accés a aquestes coses perquè no se sabia tant com ara. Però sento que ara està encara menys censurat moltes coses. Que tens més facilitat d'accés d'algunes coses. I bueno...El tema del skin care me'n recordo que vaig veure per TikTok uns... allò que deiem... uns dermatòlegs que estaven parlant dels nens que anaven al Sephora i compraven...

Participant 1: ah, el Sephora Kids!

Participant 5: uf! qué dices

Participant 1: Ah, no ho sabies?

[La resta: Jo tampoc]

Participant 1: Jo quan era promotora estaven totes les del Sephora... Jo vaig ser promotora de perfumeria de lujo. I jo parlava amb la gent del Sephora i estaven com perplejas

perquè de sobte venien nenes de molt temprana edat, d'11 o 12 anys, a comprar productes que s'havien viralitzat per TikTok i se'ls anomenava "sephora kids" i eren nens que venien com amb les seves mares

Participant 5: niñas mandonas

Participant 1: sí, eren nenes mandones que els deien "mama, quiero eso de la charlotte tilbury". Clar, això de la charlotte tilbury costava 50 euros.

[totes actuen sorpeses]

Participant 6: Que sí, que sí. Una nena em deia que els reis mags li havien portat el calendari d'advent de la charlotte tilbury i jo dient per què vols això, tu corazón? Demana una Nancy o una bicicleta, jo que sé.

Participant 1: Sí, i se li deia sephora kids.

Participant 3: I jo me'n recordo que es va fer molt viral un tractament, els de drunk elephant [totes diuen "ah sí"] i que tenen d'esto de retinol. I hi havia una dermatòloga que deia que estan utilitzant-ho molts els nens, però això és molt dolent per la cara dels nens. Però ho utilitzen perquè els pares diuen "jo no puc dir que no al meu fill si tothom diu que sí"

Participant 5: pero como que no, como que no, claro que sí

Participant 3: Però clar, és que és molt...

Participant 2: mentrestant ma mare "no et posaràs rímel fins als 16 anys"

[riuen]

Participant 5: donde se ha quedado el maquillarse en... en el espejo de un coche? Perquè jo sortia de casa la meva mare. La meva mare "como te vea algo de maquillaje", la meva mare aranyant-me les pestanyes [riuen]...

Participant 6: Però això és com que estan tan exposades com a tendències per gent una mica més adulta que elles diuen... "total, soy yo literal" [totes riuen]. I es posen anti-arrugas, super maquillades, etc.

Participant 3: Ja no són nenes. Són petits adults com abans, que no hi havia com...

Participant 6: No hi ha infantesa.

Participant 5: però alhora jo això ho entenc perquè jo sempre he estat així. Des que he sigut molt petita he volgut fer coses de gran. I llavors què passa? Sempre m'ha passat que jo veia les meves cosines com anaven vestides i eren adolescents. I jo li deia, mama, jo vull aquesta faldilla i deia "no te vas a poner esa minifalda, tienes nueve años". Però jo sempre volia anar de gran, volia maquillar-me i ma mare "no, no, no, no". I llavors què passa? Jo ho feia d'amagades. Que al final no era maquillar-se com a tal perquè ho feia tant d'amagades que ni

es notava, però jo ho volia fer perquè jo volia ser major, jo volia ser, no sé, una chica de 30 años i Ara dic... "uyuy".

[riuen]

Participant 3: ara en vols tenir 10 una altra vegada.

Participant 5: No ho sé, també jo crec que és una cosa que... No ho sé, és que ja des de... Perquè jo als nois com a tal no els passa.

Participant 6: però perquè no senten cap pressió estètica. És com que la vida... eso no va con ellos.

Participant 5: Però tu creus que jo amb deu anys havia de pensar en gustar-le a un home? És com sempre el... "Quiero correr más, quiero ir así, quiero ir asá y después dices perdona?" Però és que en aquell moment no ho pots recapacitar i dir "es verdad", perquè...

Participant 4: perquè ets una nena petita.

Participant 5: Clar, exacte, però és com que si tu li expliques a una nena a 12 anys, això no te lo tienes que poner en la cara, perquè no te toca.

Participant 2: li serà igual, Si veu que tota la gent del seu voltant ho fa, que tot el TikTok ho fa i tal... doncs, el que deies tu abans de: per qui estan fets aquests trens? Realment... Jo crec que estan fets per tothom en part perquè al final és una estratègia més de consumisme. Però s'acaba encapsulant... Acaba tenint uns efectes, sobretot amb les noies, de nenes i joves i grans com deies tu, no som només nosaltres.

Participant 4: Sí, com que et crea necessitats. I ara és com que està arribant a altres targets que són els nens petits.

Participant 3: i al final acabem perdent totes, perquè perden les nenes perquè estan creixent massa ràpid, en termes de... ara volen ser com... Jo quan era petita també somiava amb "quines ganes d'anar a l'institut" i pensava en High School Musical [riuen i li donen la raó] i volia anar a l'institut. Però ara faig la skincare perquè no vull arrugues. Però també amb el que és la roba i tal, tu ara vas a qualsevol tenda d'Inditex, jo que sé, al Bershka per exemple i ara les talles...?

[totes li donen la raó]

Participant 3: Ara hi ha 12 anys, XXXS, I són tops que tu dius... Jo ja no puc anar a comprar allà, perquè jo normalment soc una L, però jo no soc una L. Crec que soc una XXXL. És molt heavy.

Participant 4: I nenes amb tops...

Participant 6: Bueno, totes les nenes. A l'institut, hi havia moltes nenes que tenien els sostens d'esport per fer educació física. Estaven al desembre i jo en plan "a ver cariño mío" per començar fa fred. I després era que estaven totes tan preocupades per agradar a la resta. I jo

pensava com quanta feina... i que és una cosa que has de treballar, però no tothom ho treballa el fet de "m'he d'acceptar com soc". I el que us deia abans: avui anava amb una amiga al tren i li deia: és que estic súper empenyada perquè no paren de sortir coses d'operacions estètiques i de posar-se llavis i de posar-se coses. Ens estem quedant horroroses que ningú té la seva cara i ningú treballa com a estimar-se. Tothom té complexes, però les operacions estètiques estan arribant a un punt molt fort.

Participant 4: i són súper accessibles.

[assenteixen]

Participant 6: i Igual que les nenes veuen una crema anti-arrugues doncs també veuen que pots posar els llavis més grans o els pomuls o els pits o no se què i les dades ho diuen que la mitjana d'edat dels retocs estètics ha baixat dels 38 als 21 anys. I és la mitjana.

Participant 2: A mi surten molts tiktoks sobre operacions estètiques, sobretot amb l'Isla de les Tentaciones.

Participant 6: sí, sí, és terrorífic.

Participant 2: És això que jo puc consumir d'una manera que ho pots fer críticament i m'entreté molt, però tot el meu tiktok és patrocinar la Clínica no sé què

Participant 5: ah! la clínica Ego.

Participant 4: i hi ha una clínica de la Isla de les Tentacions.

Participant 2: no, però tots van allà, tots ho preemocionen.

Participant 1: La Torse y la Ego están ahí que...

[totes li donen la raó]

Participant 2: sí, sí, sí. A mi em surten això, tot de noies normatives a més, no poder que tu, molt normatives, anant a operar tot el seu cos per encara en teoria ser-ho més. i penses...

Participant 1: socorro

Participant 2: clar, si jo ja no m'encaixo, que potser sí, però si tu o una nena ja no es veu encaixada amb un cos normatiu que surt per la tele, que a sobre d'aquest cos se l'ajudo a operar, tu què has de pensar sobre el teu cos? Faràs un treball completament erroni de com treballar les coses. Simplement entro en un quiròfan i m'opero tot el cos i és el que estan fent ara. I tots els tiktoks després de l'Isla de les Tentacions és fent-se... treient-se la grasa de la panxa per ficar-se'n al cul.

Participant 1: homes fins i tot.

Participant 2: sí, els homes també tota la cara.

Participant 5: Ahir vaig veure un vídeo del Tadeo en el TikTok, que salia ell...

Participant 1: sí!!! de costat i de perfil.

Participant 5: i deia "el antes y el después" i jo dic "pero quien es este hombre? qué le han hecho? si este no es el mismo". de cop, el Ken. Y digo "qué le han hecho? yo quiero eso. o sigui, no m'ho faria mai, però dic... joder, de cop vas un dia a una clínica i surts sent la més guai de totes. I a més, promocionen els preus de promoció: labios por 100 euros. És que jo vaig i els pago. Ara mateix, personalment, la meva situació econòmica em ho permetria I és com...vaig i me'l faig i me'n vaig a casa i tan tranquila

Participant 6: és que avui per exemple aquesta amiga em deia "saps que la no sé qui, una noia de Rubí, em deia que hi ha una noia de Rubí li han regalat pel seu cumple posar-se llavis i jo... "disculpa?". i dic "això no és un regal", és que això no pot ser un regal que et faci la teva mare.

Participant 2: és que hauria de ser tot el contrari.

Participant 4: ja... però cada cop... Cada cop es normalitzarà més això. Igual que abans, la gent no es maquillava tant i ara sí, o no estava tan normalitzat a la skincare, i ara sí, jo crec que això és el següent pas. I el que deies tu [nom participant 2], és molt difícil, tota l'estona està pensant no, no, no, però si tot el dia estàs a TikTok, tot el dia està dient que no. Si no tens això present o no mires tal, ja no has de dir que no, perquè clar, segueixes tenint pressions perquè està el món ple i tot el que facis. Però una cosa tan directa i tan diària... és molt difícil estar tota l'estona dient que no. és que al final dius, "doncs sí, me voy y me lo hago, perquè no puc estar tota l'estona sent la més feminista". [riuen] Per això crec que és perillós al TikTok, perquè són moltes hores i és molt addictiu i tota l'estona t'està portant aquí.

Participant 2: clar, només veus com aquella realitat pel TikTok.

Participant 4: exacte, no veus realment...

Participant 2: Només veus cares maquillades, només veus cossos normatius.

Participant 5: és que també hi ha moltes contradiccions en el TikTok. perquè de cop està de moda anar sense makeup. Això és una cosa que he sentit.... i clar, jo des que tinc 14 anys em maquillo cada dia de la meva vida. Mai vaig sense maquillar, sempre em maquillo. És com que ja és una cosa que ho tinc tan interioritzat que sempre em despertaré i sempre em dedicaré 20 minuts a maquillar-me. Sempre, vagi on vagi. És part de la meva rutina, perquè tant de bo tenir la seguretat de no maquillar-me. Ojalá, perquè guanyaria temps de la meva vida i qualitat de vida en general. pero com que ja em veig d'aquesta manera, em veig així, em maquillo. Però clar, després veig al tiktok "no makeup" o "No makeup, makeup"

[totes assenteixen]

Participant 5: "no makeup makeup" perquè sembli que no vas maquillada, perquè un moment estava de moda ir natural. Per exemple, la meva sogra no para amb el "Jo soc molt natural, jo soc molt natural." I per què jo no puc ser natural maquillant-me? que jo ho entenc però hi ha contradiccions allà de maquillat, però sense makeup. Ara, super-makeup. I és com...

espera un moment. Jo també sé el que em faig i no em faig, però també dic que ara està de moda anar sense maquillatge. I em sento insegura. i si està de moda maquillar-se, doncs la gent que potser sent supersegura i diu "jo vaig sense maquillatge" se maquilla. És com que hi ha tants inputs en dos minuts que et poden dir que està de moda ara no sé què ara no sé quantos, que a mi això del maquillatge és com que jo ja em maquillo per inèrcia i per seguretat, però és com que dic... no entiendo nada.

Entrevistadora: jo crec que el que passa és que hi ha moltíssimes tendències i moltíssimes que es passen a l'hora i que són contradictòries, però TikTok, com que té tanta influència i fa que tothom al teu voltant acabi fent el mateix, et dona la sensació que ho has de seguir sí o sí. Has de seguir sí o sí tantes coses que al final pot estar de moda a l'hora anar super-maquillada i un maquillatge supernatural.

[tothom diu que sí]

Participant 1: jo és que literalment la meva mare l'altre dia em va venir i em va dir "mira [nom participant 1] és que he vist que ara està de moda maquillar-se menys, que tal com em veus?" [totes riuen] I la meva mare és una persona que... Jo li he dit molts cops perquè la meva mare és molt insegura en molts aspectes de la seva vida, però sobretot amb el maquillatge és una cosa que ella no és capaç de sortir de casa sense anar molt maquillada al punt que hi ha dies que semblen una mica el Donald Trump. [totes riuen]. En plan, això taronja i això blanc. Perquè ella vol ser caribeña. A la meva mare li encanta el bronceador i l'altre dia, de repenç, per la cara anava a comprar el Mercadona i em va venir i em va dir, mira, què tal? Com estic? No sé què. I em diu, no, és que he vist un TikTok de que ara es porta aquestes que són com netes, que has d'anar com neta, com si no et maquilllessis molt, no sé què i jo flipant, en plan "mi madre no es así, me la han cambiado". i és tot per la tonteria del trend. Que després, quan se li passin dos dies i s'oblidi que hi ha aquest tren, tornarà a ser la mateixa i tornarà amb el bronceador. És com això de que no ho està fent ni perquè a ella li agradi. No s'ha parat a pensar si és el que vol. Simplement ho fa perquè li ha sortit i perquè ho vol provar.

Participant 5: És una puta pesadilla. És que és així perquè, repito, si algun cop vaig anar a la uni amb l'eyeliner de sobte, ja és com... homes òbviament, "Que t'has posat la cara?". Doncs ja al dia següent, clar, Jo sé que soc superinfluenciable i A més, si tothom de sobte et diu que t'has posat la cara, i tu? Que eres más feo que pegarle a un padre [totes riuen]

Participant 4: Ja, però a ells ningú li ho diu. Només ens critiquen a nosaltres. Totalment. Com si un dia vas més arreglada perquè et ve de gust, també sentiràs coses.

Entrevistadora: Molt bé. Jo crec que tot el que volia parlar ja ho he parlat. Si voleu parlar de tendències que no hagin sortit o més coses que voleu compartir, ho podeu fer. Si no, ja està. A vosaltres no us ho he dit, però quan heu arribat estic gravant això. Tinc aquí uns fulls de consentiment perquè em deixeu fer servir el vostre audio. Quan ho analitzi, si voleu tenir el treball, si voleu veure les conclusions...

Participant 6: Que guai

Entrevistadora: Gràcies!

9.2.5.2. Transcripció grup 2

00:00:00Entrevistadora: Vale, doncs, això ho vaig amagar perquè em fa una mica de...

00:00:05Participant 3: Amagar el què?

00:00:07Entrevistadora: La gravació, perquè si ho estic veient...

00:00:09 Participant 3: Vale, sí, sí.

00:00:10 Entrevistadora: Vale, doncs, bueno, ja ho he explicat una mica, però us explico que el meu TFG bàsicament va sobre com noies, adolescents i joves perceben la manera com es representa la feminitat a TikTok. Llavors, no us preocupeu per dir les coses bé o malament, simplement vull saber com la gent ho percep, per tant, tot el que digueu està bé. I les preguntes són molt fàcils, així que no us preocupeu per això. Si voleu parlar d'altres coses que creieu que estan relacionades també ho podeu fer, podeu parlar del que vulgueu i si jo veig que la discussió se'n va com molt cap a un altre tema, doncs ja ho redirigiré, però vosaltres tranquileu-vos. I, doncs, bàsicament he dividit la discussió en tres blocs. Un primer bloc que us preguntaré sobre TikTok, sobre la feminitat, una mica així en general, però per trencar el gel. Un segon bloc on parlarem de tendències més concretes, que jo us posaré alguns vídeos i els comentarem. I un tercer bloc on serà una mica un bloc obert, per si voleu comentar més coses o si volem parlar d'algun tema que hagi sortit durant la discussió. Llavors, primer de tot, la primera pregunta sí que faré una mica una ronda, però després ja podeu parlar en l'ordre que vulgueu. Primer, m'agradaria que us presentéssiu i que m'expliquéssiu quina relació teniu amb TikTok. És a dir, si en sou usuàries actualment, amb quina freqüència l'utilitzeu, quin camp tingut voleu consumir, etcètera. Si vols començar...

00:01:40 Participant 1: Vale, jo em dic [nom participant 1], tinc 22 anys i la meua relació amb TikTok és que soc addicta, bàsicament [riu]. Consumeixo molt TikTok i, de fet, moltes vegades he tingut la necessitat de deixar TikTok, però no puc, m'agrada massa TikTok i considero que és un dels meus hobbies a la vida, mirar TikTok. Literalment.

00:02:05 Participant 2: Jo em dic [nom participant 2], utilitzo TikTok i també Reels d'Instagram, que al final ve a ser el mateix perquè els [vídeos] del TikTok van després a Reels. I també, bueno, consumeixo bastant TikTok diàriament. Potser no tant com la [participant 1], però sí que en consumeixo i és per entreteniment, bàsicament.

00:02:26 Participant 3: Bé, jo em dic [nom participant 3], tinc 22 anys i jo també consumeixo bastant TikTok. Ara estic passant a Reels també, però perquè vull deixar TikTok però no puc [riuen], doncs me'n vaig a Instagram, però acabo a Reels, doncs és una mica contradictori, però bueno, ara mateix estic utilitzant bastant menys TikTok i Reels, etcètera, perquè estic fent com moltes coses i no tinc aquests temps per fer-ho o vaig al metro i no puc mirar-ho. O sigui, si no, sí que miraria bastant més TikTok, però no tinc com tant de temps. Però bueno, consumeixo bastant, però crec que potser menys que elles per això, perquè abans miro una sèrie aquest TikTok.

00:03:04 Participant 4: Jo soc la [nom participant 4] i o sigui jo vaig fer això que ha dit la [participant 3] com que consumia molt el TikTok, me vaig agobiar, me'l vaig treure, però realment ara consumo els Reels però sí que no tant com abans, jo abans era capaç d'estar-me com una hora perfectament en el sofà mirant TikTok. Ara és com, ho tinc molt associat al banyo i en es llit, saps, com abans d'anar a dormir, però intento que no sigui com fora d'això.

00:03:27 Entrevistadora: I en general, per què utilitzeu TikTok? O sigui, utilitzeu de manera conscient de va, m'estic avorrint, vaig a fer això, o creieu que entra una aplicació i de cop...

00:03:36 Participant 2: Jo crec que és totalment inconscient que obres el mòbil o te n'envien i dius "ah, mira, m'han enviat..." o el que sigui, entres, o qualsevol tasca bàsica, per exemple al lavabo o t'estires al llit descansant i vols distreure't, bàsicament, és molt més fàcil utilitzar el mòbil i no pensar i les hores passen volant.

00:03:57 Participant 1: Sí, o sigui, jo constantment quan no tinc res a fer o sento que no em ve de gust fer res, el TikTok és el primer que hi entro, perquè és com... O sigui, el moviment Reflex ja és com entrar a l'aplicació de TikTok i últimament m'estic intentant fer la reflexió de quants cops entro a TikTok o perquè ja estic entrant i molts cops m'adono que ni vull mirar vídeos perquè me'n canso als dos minuts. Crec que ja n'he consumit tant que és com... Prou, però literalment que hi vaig sola, gairebé.

00:04:29 Participant 3: Jo m'he tret les notificacions justament per no entrar-hi i me va molt bé perquè abans era com "ai, m'ha enviat un TikTok algú" i entrava i ara no. I òbviament l'utilitzo molt per distreure'm sobretot per la nit, etc. A sobre tinc insomni i això ho fomenta molt més, però bueno, entro perquè no tinc son i necessito no pensar en res i va molt bé per no pensar en res. Però ara també l'utilitzo moltíssim per "necessito un moble" doncs buscar inspiració, "un restaurant"... o sigui, no només el consumeixo com per distreure'm, sinó que és una eina molt útil perquè m'ajuda a saber com això, un restaurant, saber si hi ha anat molta gent, si no, què hi pensen. Intento basar-me'n només en el que fa vídeos de menjar perquè a aquest senyor segurament li paguin, però intento també que sigui una eina per saber coses, no sé. O el típic de: te sale un vídeo de "quin tipus de vela és", doncs entrar per... com que aprenc molt de TikTok.

00:05:25 Participant 1: ja... o sigui, jo he de dir que en els últims anys he començat a utilitzar TikTok per buscar com un Google, cosa que mai havia fet. Abans sempre era allò típic de... a Google, entres i busques el que sigui, però ara a vegades depèn del que vulguis buscar ja és com... "ho buscaré TikTok" perquè em sortirà un vídeo, serà molt més visual, serà molt més ràpid, i amb 15 segons de vídeo ja m'explicarà tot. I m'estic adonant que sí, que l'utilitzo molt com a cercador.

00:05:49 Participant 2: Sí, sí. Jo ahir mateix també que buscava viatges, per [inaudible] on viatjar ho buscava a TikTok, llavors depèn de les imatges i el que em mostrin doncs decideixo, perquè al final el que més visualitzacions té és el que més gent ha vist, és com el més acceptat pel màxim de gent, doncs llavors deu ser el millor. Tinc aquesta sensació.

00:06:09 Participant 3: Jo em maquillo poc, però em passa de... no sé quin colorete he de comprar, que és una tonteria perquè no em maquillo... és veritat, però com que no en sé, és molt més fàcil entrar i dir "a ver qué colorete han dicho muchas personas" i realment si tinc quatre coses de maquillatge segurament totes siguin, o perquè jo he entrat a TikTok i les he buscat, o perquè la meva amiga, que consumeix molt d'aquest tipus de... no sé com dir-ho, de vídeos, li ha vingut, o sigui, crec que és això com que ja no és només per entreteniment, sinó que realment és com una nova eina de cercador.

00:06:43 Participant 4: I també pel que has dit... que és molt visual. Jo una vegada havia de fer una cosa d'hisenda, que era fàcil de cercar per internet, però després vaig dir "ah, vaig a anar a TikTok" i ho vaig entendre millor perquè t'anava ficant com les seccions que havies de fer amb imatges i era molt més fàcil de seguir. Que és més com per informació concreta i tot.

00:07:01 Entrevistadora: I creieu que en general té més efectes positius o negatius en vosaltres? No a la societat, sinó... Què penseu? Si feu un balanç...

00:07:11 Participant 3: Per mi negatiu, crec, però perquè el que hem parlat de no saber anar-te'n de l'aplicació, però realment crec que té també moltíssims positius, perquè crec que aprenc molt. També tinc molt entrenat, crec, al meu algoritme de TikTok [riu], perquè em surti com coses que em van bé. Tipo, no em surt gent al gimnàs matant-se, que em pugui fer sentir com malament per no fer-ho, si em surt tot el contrari, sinó, jo què sé, una dona "body positive" dient-te, "pots anar al gimnàs i no t'has de sentir malament per no tenir un cos perfecte". És com que realment, obviament em porta moltes coses negatives, però alhora sento que m'ha ajudat molt amb la meva autoestima. O sigui, com que tiene sus dos lados, per mi, eh?

00:07:51 Participant 1: No, a veure, per mi també una mica, però és això. Ho he reflexionat bastant perquè utilitzo TikTok, quant de temps hi passo... i és com que per mi TikTok ja crec que no m'ha portat tant positiu. Perquè a vegades estic mirant-ho i penso "és que pots viure sense això?" O sigui, literalment, de què t'estan servint aquests vídeos? Perquè per mi són com molt més vídeos d'humor o com que m'identifico i dic "ai, ja ja, mira, soc jo literal". Però arriba un punt que penso "ja, però què seria la meva vida si no hi hagués tanta identificació amb x trend o tal? Però clar, llavors també m'adono que amb tots els meus amics també utilitzo molts comentaris de TikTok. O sigui, com un vocabulari que moltes vegades passa que si algú d'aquell grup no el pilla és com... "és que no s'entera!", i els altres és com "ji ji ja ja". Llavors és com que... sí que, òbviament, té les seves parts positives, però es que jo ja crec que sento que no... que no m'aporta tant.

00:08:45 Participant 2: A veure, jo... semblarà estrany, però de manera positiva, a mi el TikTok m'ajude quan em desperto, ja sigui d'una migdiada o del matí, el fet de mirar TikTok em fa despertar-me més, perquè veure gent i vídeos fa que el meu cervell es desperti, perquè el que has dit abans, que per dormir és l'efecte contrari, l'utilitzo per despertar-me i em fa com despertar-me millor i també en aspectes positius, doncs això, al buscar coses, també d'informes més del que està actualment, el que es porta, el que s'està fent, no sé. Però clar, en aspectes

negatiu, sí, segurament m'hauran sortit vídeos que m'hauran fet pensar coses que realment no són la realitat, no sé.

00:09:25 Entrevistadora: Vale, i anant una mica més al tema del meu TFG, per començar, com una pregunta una mica més fàcil, creieu que surten coses diferents a nois i noies a TikTok, en general, obviament, depèn del cas, eh, però què penseu?

00:09:41 Participant 4: Sí, exagerat. A mi em fa molta gràcia que algú te mostri el seu TikTok. Si ho fa una amiga, sent que em trobo un munt els mateixos TikToks i ho veig molt, però, de sobte ho faig amb el meu company de pis, que potser també en ambients socials coincidim més, però igualment és un TikTok totalment diferent, o sigui, sobretot els TikToks d'identificació que has dit, de "soc jo literal", és un món totalment diferent que mai me sortiria perquè no soc jo ni de conya, saps?

00:10:07 Participant 1: Totalment. A mi també, o sigui, jo tinc com moltes amigues que a vegades entro als TikToks que m'han enviat i és com TikToks que jo ja he vist o que acabo de veure perquè m'acaben de sortir a mi a la For You Page o tot això i alhora, com que jo envio TikToks i sé que aquella persona ja més o menys ja haurà vist com aquests TikToks, perquè literal és que em surt gairebé el mateix, i sí que és veritat que per exemple amb el meu nòvio, com que hi ha uns TikToks concrets, clar, tot el que ens enviem, com que hi ha aquella part comuna, però alhora, alhora, tip, moltes vegades fem mirar TikTok, com jo amb ell, un mòbil o un altre, saps? I com al meu mòbil surten unes coses i al seu surten unes altres que a ell li fan gràcia jo penso "que és aquesta merda, saps?". A mi no em fa puta gràcia, o sigui... A mi em va passar un cop amb un amic meu... el [nom amic en comú]. Que ens vam posar... vam fer el mateix, primer mirar el meu TikTok i després el seu, i literalment, em va dir textualment que el meu TikTok no era gens divertit [riuen]. O sigui, que el seu li feia gràcia però el meu res li feia gràcia, que era un humor de me.

00:11:03 Participant 1: Ja, i és que jo també li enviava TikToks a ell, o sigui jo segons a qui envia TikToks ja... o sigui, depèn del que em surt a mi o sigui, de tot el que em surt enviaré un TikTok com un altre, saps? Però a ell ja li tenia tan calat l'humor que ja li enviava TikToks molt específics que em sortia una vegada cada dos setmanes o tres i és com, clar, llavors ella em deia "ah! aquest sí que m'ha fet gràcia" i jo pensava "ja, ja, però és que això és zero el que em fa gràcia a mi" o sigui, "gens identificada amb els TikToks que t'envio a tu, però com que sé que a tu t'agraden i que a tu em surt això, doncs..."

00:11:35 Participant 3: Jo és que no em relaciono amb homes. En plan, o sigui, ho dic en sèrio, no sé quin TikTok tenen i el que sí tinc és un germà amb qui tampoc ens comuniquem gaire i menys per TikTok, i si no són homes gays que... com que sento que s'aproparan més del que jo puc veure, que igualment és bastant diferent, però no he sentit com molta diferència però crec que també per l'orientació sexual que pot influir i perquè no és un home cis-hetero blanc que m'està enviant TikToks de futbol. Que no sé què veuen, és totalment estereotipat, però no tinc amics homes.

00:12:05 Vale, genial.

00:12:07 Participant 3: Perdó, eh...

00:12:09 Entrevistadora: No, no, perfecte. I creieu que TikTok en relació a altres plataformes, per exemple en relació al que abans es portava com a Instagram ensenya una no sé com dir-ho, una feminitat menys estereotípica perquè de cop hi ha un munt de contingut, és molt més divers o segueix reproduint el mateix rol de la dona... Creieu que s'ha diversificat aquesta manera de representar les dones o que segueix sent igual? O pitjor?

00:12:49 Participant 2: Jo crec que depèn de l'algoritme que tingui cada persona, o sigui, hi haurà uns tipus de dones que tindran un algoritme exactament igual que el de l'Instagram d'abans i hi haurà dones que com la [participant 3] que tindrà un algoritme de molt més el seu estil, molt més actualitzat, molt més parlant de diversitat, d'autoestima

00:13:13 Participant 3: O sigui, crec que n'hi ha, però és realment és reduït, hi ha molt menys contingut que es basi en diversitat. O sigui, trobo que jo prefereixo seguir aquest tipus de contingut que a la Rivers [influencer], que també la segueixo però soc conscient que és un altre contingut que potser no està tan alineat amb el que jo busco. Sento que puc trobar 10.000 milions d'influencers o creadores de contingut totalment estereotípiques que jo ni conec. És que em passa amb el meu grup d'amigues de [poble d'origen] que són la feminitat en persona, segueixen qualsevol tipus de tren de TikTok, es compren tot el que veu que penja qualsevol dona. I jo no les conec però sento que tinc un coneixement molt més petit d'influences perquè el que jo segueixo és molt més mínim, és a dir, tema de diversitat... i que tot i així es segueixen tots els rols. És a dir, potser la tia està grassa o li falta un braç però segueix maquillant-se com es maquilla tothom, venent la roba que ven tothom... simplement en una talla més gran. Sento que sí, però perquè la societat en general està avançant una mica però tot i així hi ha milers d'aquestes influències que van començar, en el meu cas, ensenyant com un cos no normatiu que moltíssimes han aprimat, ara són molt més normatives i s'han trobat amb la realitat que és ser influencer que, per molt que tu facis aquest contingut acabes aprimant i acabes intentant entrar en aquests cànons.

00:14:35 Participant 3: jo diria que és com més divers però que ha acabat fent un arquetip igualment, o sigui, a lo millor no és l'arquetip de no sé com ho diria, de "dona idíl·lica", com Venus, o alguna cosa així, però a lo millor a Tik Tok, a la [amiga] també li surt molt... el que et vaig dir de "girl core" o algo així... no... "female rage".

00:14:55 Participant 1: ah!!! El femala rage, sí.

00:14:57 Participant 3: Que és com aquest tipus de vídeos de ties cridant boges... com que et surten vídeos d'aquest però és com l'arquetip de dona boja o dona histèrica. Reapropiat però que realment també està basant-se en un arquetip i que fins i tot com les dones histèriques o bojes que surten són de pel·lícules... que també són dones idíl·liques al final, vull dir, que és com que l'han versionat una mica perquè torni a ser acceptat, però que veu del mateix. No sé si té sentit això que dic.

00:15:21 Participant 1: O sigui jo amb això és com el debat constant aquest de si la reapropiació de termes com estar boja o histèrica o ser tal i tot això realment serveix o no,

perquè és com, clar jo em sento identificada de dir que aquesta tia està "loquette", en plan "soy yo" [riu], o sigui sí, totalment. Ha fet una cosa que és totalment de boja, histèrica, celosa però què més dona... és que li han fet fer això, els homes s'han tornat boja, el que sigui... saps com tot això, però crec que alhora és això, és com reafirmar-nos més en un personatge que nosaltres ara podem veure com guai però des de fora se'ns continua veient com unes putes boges que realment no vols com a dones perfectes al teu costat. Llavors com que crec que és això que hi ha com el debat aquest de si o maricón o tal realment la reafirmació aquesta si en serveix perquè clar per les persones que no fan aquesta reflexió per a ells continuen sent el mateix terme o la mateixa dona boja, o la mateixa dona... no ho sé, com diferents...

00:16:25 Participant 3: és que fins i tot s'han idealitzat els gelos o coses que sembla que no però hi va haver jo crec que un boom de trencar amb tot això o de la dona que està en casa cocinando o tal però ha tornat com a resurgir una mica... com la Rorro o merdes d'aquestes... que és com que hi ha un resurgiment un altre cop, en una mena de reapropiació de "si jo quiero cocinar, qué?" que no sé fins a quin punt és un altre cop tendir al mateix o fins i tot pitjor que abans que hi havia deu influencers i et mostraven roba. Com que no sé, òbviament no, però bueno, no sé, no sé.

00:17:01 Participant 1: Ja, però aquesta és l'altra que tampoc ara és com "les dones no han de cuinar", és que clar, clar que ella de bé, home és que cuini i les dones no han de cuinar, però bueno, és que aquest debat ja és molt com... bàsic de "ai, les dones no han d'estar a la cuina", però sí, com que això de la Rorro, sí, és com aquest altre prototip de feminitat de, bueno, com tradicional però alhora que ella vol viure la seva vida així i tot això, com que jo crec que també hi ha persones que s'hi senten identificades.

00:17:27 Participant 3: O sigui, sí, però no deixa de ser com un altre, o sigui com que s'està tornant a reapropiar d'això, hi ha molta gent, o sigui els seus comentaris són molt positius, un montón d'homes sobretot.

00:17:37[arriba la participant 5]

00:17:41 Participant 1: O sigui, clar jo crec que hi ha aquíles dues, o sigui les dues vessants, com de gent que realment potser pensa que les dones han de ser així i de gent que pensa com que han de tenir la llibertat per tal, llavors és com a mi potser em pot agradar que cuini i tal i m'ho puc passar bé veient-la cuinar i jo no pensaré que soc una dona que ha de fer això, però clar, hi ha milers de seguidors o milions que sí que pensen "ah, per fi s'està tornant a aquesta cultura en què la dona està al seu lloc, saps?", entre cometes, sí, com que crec que el problema dels xarxes és això, que pot arribar un públic que no sigui el públic desitjat, però a l'hora això genera visites per tant te n'aprofites igualment

00:18:15 Participant 3: Però és que tampoc crec que vagi com un públic de cop de, eh, "vale sí las mujeres tenían que estar en la cocina" o sigui jo crec que, si no, que hi ha nens de 16 anys que estan dient, "ves, jo també en quiero una mujer que sepa estar en [la cocina]", o sigui com que ja no és en la cocina únicament, sinó que potser molta lluita que s'ha fet per, jo que sé, per diversificar el que fem o el que no fem... tirant molt enrere i sé que no és el debat actual, però trobo que estan pujant moltes generacions, tipo, pel meu germà o germans

d'amigues, etc. que estan començant a valorar molt aquesta feminitat un altre cop molt basada en, "ai, a mi me gusta cocinar", "jo soy super sencilla, mira, me hago un matcha por las mañanas". Com que crec que tot això, obviament tothom ha de fer el que vol i si tu del contingut que vols fer i el que vols consumir me la pela, però com que trobo que sobretot els nens més petits estan tornant a dir "mira que xulo", no sé, que és això més igual que es faci un matcha o que cuini pel seu nòvio, jo com ho faig... bueno, no sé, com que me surge també un dilema en això, però bueno.

00:19:17 Participant 4: és que jo crec que això també té a veure amb un component de la forma que té TikTok, que és com molt traicioner com a aplicació, perquè te fa creure que la realitat o els trends d'aquest moment són uns quan realment són uns per al teu algoritme i a cadascú li surt el que a la seva bimbolla social política li interessa. Llavors, jo, nosaltres com tot aquest món que veiem de trad wives, com que nosaltres som un d'un algoritme que ho criticaria mos surt un tipus de trad wives concreta que és molt evidencialment criticable, però realment la gent que l'interessa, jo que sé, tot aquest nen que té com 12 anys, que diu que s'aixeca les sis del dematí

00:19:51 Participant 3: ai sí!

00:19:53 Participant 4: I fa coses així. Mai m'ha sortit... o sigui pensava "en quin moment et podria acabar en aquesta banda d'internet", ni de conya, o sigui no sabia ni com accedir a una cosa així, llavors com que te traeix en tant que te fa veure que sa teva bimbolla és s'única, però realment hi ha un altre que realment no hi arribarem mai.

00:20:07 Participant 1: totalment, sí

00:20:09 Participant 3: És que fins i tot els comentaris que a tu et surten més a dalt, molts cops et surten segons el que tu penses, perquè el meu germà obre el mateix tiktok i li surt un comentari diferent, i clar jo estic en plan "mira la gente que bien comenta que esto no está bien", y el meu germà li surt en plan, "eso es lo que se tiene que hacer cada día a las 6 de la mañana", amore, tens 16 anys, calla, bueno...

00:20:27 Entrevistadora: què fort, no, no ho sabia, lo dels comentaris

00:20:29 Participant 3: Doncs sí, et surt el comentari que més s'apropa al que tu penses, i clar jo dic, "ala mil likes", potser hi ha un de 20 mil... bueno aquest potser sí que em sortiria, però potser hi ha un altre amb mil que diu totalment el contrari al que t'està sortint

00:20:41 Entrevistadora: ja, i a tu mai et sortirà

00:20:43 Participant 3: no et sortirà tu, òbviament, ni el vídeo del nen de 16 anys, i si et surt és d'algú criticant aquell vídeo

00:20:49 Entrevistadora: guai, bueno, hola! si vols, al principi ens hem presentat, si vols et pots preguntar i dir quina relació tens amb tiktok, si estàs molt enganxada, si el fas servir molt...

00:21:01 Participant 5: Vale, bueno, pues yo soy [nom participant 5], tengo 22 años, digo, 23 años y TikTok lo uso bastante, o sea, diría que estoy crónicamente online, en plan, hago muchas referencias... o sea, uso mucho TikTok en general.

00:21:13 Participant 3: va bé que vingui la [participant 6] en 15 minuts o així, sí?

00:21:17 Entrevistadora: sí.

00:21:19 Entrevistadora: Doncs, bueno, ara hem parlat una mica de tiktok i de la feminitat a tiktok, i ara el segon bloc que anàvem a començar és que jo us posaré alguns vídeos de tiktok escollit, i us faré preguntes, valeu, o sigui, com són preguntes molt fàcils, però simplement és per saber què en penseu, llavors ... a veure, vaig a mirar si sé reproduir vídeos

00:21:41 Participant 1: Mirar tiktoks, que divertits

00:21:43 Participant 3: es todo lo que quiero

00:21:47 Participant 2: descansar la mente

[es reproduceixen els vídeos]

00:23:43 Entrevistadora: Vale, doncs la primera pregunta és bàsicament si us sentiïu identificades amb aquests vídeos en general, o en quins sí i en quins no, si amb tots...

00:23:53 Participant 1: jo he vist com molt clar que el del cotxe jo em sentiria identificada [totes riuen i li donen la raó]. El de que t'has carregat el cotxe i li poses una tiritita. Però en canvi per exemple el del pintallavis que estava pintant els llavis és com... entenc la vibe, seria un vídeo que em podria sortir però no viuria com aquesta identificació de pensar "l'envio a algú" perquè tampoc crec que aquell vídeo tingués tan contingut com a tal. Llavors això, bé, el que m'ha vingut al cap amb aquests vídeos és que el tren moltes vegades comença des d'un punt de vista i després ja canvia tant de significat i se'n va cap a tantes altres bandes que clar, es creen com tantes "subtrends" de, vale l'm just a girl de destrossar el cotxe sí, però de em pinto el llavis no, de tal sí, però de qual no i com que m'ha donat bastant aquesta impressió o reflexió de dir "hi ha coses que no sóc només una noia, però hi ha coses que sí"

00:24:49 Participant 3: jo sobretot amb la de depilar-te només la part de baix

00:24:55 Participant 4: Ah!!! no ho havia entès, vale vale

00:24:57 Participant 3: això sí, o la tia que se treu el pantaló d'entre el cul. Aquest és el tipus de trend que em sortiria a mi. El cotxe no perquè no tinc cotxe, però si no em sortiria també... com és més el... aquesta part del l'm just a girl de... amore, no sóc perfecta, me depilo solo esto porque no m'apetece depilar-me tota la cama, que també implica com que ho fas pels homes, no? però, da igual. Com un munt de coses, però sí. Lo del pintallavis tampoc i l'altra d'aquesta que esta bevent amb una mascarilla tampoc. Però també perquè jo no estic com molt dins del skincare ni aquestes coses.

00:25:41 Participant 2: Jo lo del pintallavis no és que em solgui maquillar, però sí que el factor de Princess Passenger... de que està al cotxe i no està conduint, s'està maquillant, doncs sí que em sento identificada perquè com que fins ara no tenia carnet, em portava sempre el meu nòvio, llavors ja estava posat al costat... i sempre, inclús vaig posar un mirall enorme per mirar-me millor i llavors és com el tipus de tiktok que sí que em sentiria identificada

00:26:05 Participant 5: Y rollo, como la fama que ha cogido ara el limcompo, que es como que se ha extendido mazo... sí, yo creo que me saldrían todos y diría "sí". O sea, aunque no tenga carnet, seria esa yo con el coche [totes riuen i li donen la raó]

00:26:21 Entrevistadora: vale i normalment els interpreteu objectivament en plan de "jo faig això" literalment o és sempre com que és d'una mirada irònica en plan de "ja ja, li posaria una tirita" però en realitat saps que no ho faries

00:26:37 Participant 5: A mi casi todos creo que me harían gracia pero el de, he de decir que cuando he visto el de depilarse solo la parte de abajo como que me ha dado un poco de pena, en plan de decir "mierda", sí, pero joder a mi gairebé tothom em creu que em faria gràcia

00:26:39 Participant 3: Sí, com la pena aquesta de dir "ho he fet". En plan, he sigut aquesta persona que ha caigut al depilar-me perquè és el que he de fer, i depilar-me només això perquè és el que se'm veu. Sí, como un poco de pena. Però el cotxe, que has preguntat, no ho faria.

00:27:01 Participant 5: obvio.

00:27:03 Participant 3: jo em ficaria i l'arreglaria com un hombre i diria que jo puc perquè soc la millor. no ficaria una tirita però és el concepte de "ja ja, no sé hacer nada" que, òbviament, dubto que cap d'aquí digués "ja ja ja, una tirita!" però totes ens faria molt... bueno, de fet ens hem rigut quan ha sortit el TikTok de... serem nosaltres? però no seríem

00:27:19 Participant 2: jo crec que sí que ens ho prenem de manera irònica, sobretot aquest tiktok.

00:27:25 Participant 1: i a més, ahora, bueno ja... jo realment he tingut bastantes coses semblants amb el cotxe i òbviament no m'he posat una tirita però sí que he arribat a un punt que és com... o sigui... I'm just a girl, com per no posar-me a plorar dic "bueno, doncs..." m'ho prenc com una broma saps? i ho... com que jo crec que el tiktok m'ha fet que... com que em prenc a coses amb un humor que potser en aquell moment em tocava ser una persona adulta i anar al mecànic o no sé què o simplement haver vigilat més conduint però és com... "bueno, no, I'm just a girl, truco a mon pare". Com que crec que també em porta aquesta comoditat de dir "què més dóna? o sigui, què més dóna si si m'he carregat el cotxe només soc una noia" quan... òbviament sé que un tio també es carrega el cotxe i pitjor que jo, saps? però com que jo crec que també m'aporta això, com la identificació de dir "doncs ja està, no passa res

00:28:17 Participant 4: és que jo això, amb una amiga riuria i li enviaria però si per exemple mon pare veiés el vídeo faria com "jo mai faria això", saps? jo no admetria que això m'ha fet riure o si estigués d'alguna taula d'homes heteros, saps com? no diria... "és que les

dones no saben fer-ho"... saps? com que sentiria que m'ahuria de defensar, vull dir, però que està fatal, molt hipòcrita, però saps? Inconscientment.

00:28:35 Participant 1: no, però totalment, i a més que tot el l'm just a girl ens pinta bastant de tontes, literal, però és com... ahora, el que parlàvem abans de reassignificar, és com, m'és igual, és que jo sé que, saps? no soc tonta, segurament soc més llesta que tu i me la pela, saps? perquè tu et pensis que perquè soc una tia "ai, arreglaré el meu cotxe així". No, òbviament no, però és un humor que em fa gràcia i punt.

00:28:57 Participant 5: hay partes del tren que dices... osea, lo que tu decías antes, como que se estratifica el trend i que a parte son como más serias y mas tal, por ejemplo el lip combo que me lo he hecho mil veces o... poner una tirita al coche que obviamente no lo haría pero me hace gracia, sabes? como partes más irónicas y partes más reales y partes que incluso te dan pena, como el de depilarte.

00:29:09 Participant 2: i com el que ha dit ella, o sigui, jo, entre noies sí que me'n riuria i m'ho prendria de manera irònica. ara, si ho parlo amb un home no riuries, al contrari com m'ho defensaria del pal "no, nosaltres no fem això", saps?

00:29:25 Participant 3: O sigui, a vegades també aprofitar-se d'això i dir "Sí ja ja". Jo ho faig a vegades amb els homes i dic "sí, ja ja una tirita" perquè m'ho facin. com que també m'ha ajudat això, dir "sí, és que no sabia", com que ells estan al... jo crec que també els diuen sortir aquestes merdes. alguna almenys

00:29:39 Participant 1: sí, el punt irònic sempre va bé quan no tens ganes de discutir amb algú que tampoc t'entendrà doncs "l'm just a girl, arregla-ho tu" i a sobre li fas fer fer la feina a ell. te n'aprofites.

00:29:47 Participant 3: a la meua casa, amb el meu germà... "no és que jo no sé" i ell "joder, ja ho faig jo". o sigui, no es planteja que ho pugui fer, doncs, sento que això podria ser molt com el del cotxe mateix. "jo és que no ho sé", i així ho fan

00:30:03 Participant 4: el que li diuen el privilegi femení, no? saps que pots aprofitar-te i...

00:30:07 Participant 3: home, si el patriarcat m'oprimeix, l'utilitzo. És com allò d'entrar a la discoteca, bueno, ja que estem.

00:30:13 Entrevistadora: vale, i en general em... representa una experiència femenina? o sigui, creieu que és perquè vosaltres, per casualitat, com que totes us sentiu identificades o que totes les noies o gairebé totes les noies es podrien sentir identificades amb això?

00:30:25 Participant 3: jo crec que gairebé totes. o sigui, sobretot l'últim crec que és molt identificatiu de moltes coses que ens poden passar totes i que fins i tot la cayetana que va más de "soy perfecta y a mí no me pasa nada" es pot sentir molt identificada. potser no ho diré obertament com nosaltres de "uah, sí, literal, tia". però crec que són coses que literalment totes ens passa a no ser que siguis com una persona que rebuja moltíssim tota la feminitat, etc. però

si no, jo crec que sí que pot identificar gairebé totes les dones. si no és un, és un altre, però en major o menor mesura, sí.

00:31:01 Participant 5: bueno, es que en parte por eso es un trend tan grande, porque incluye a mucha gente en un mismo saco

00:31:03 Participant 1: sí i a més és això, que és el que dius, potser no totes les dones perquè hi haurà dones que tiren més cap allò masculí, però llavors homes, que tirem més cap allò femení, és que també podran ser identificats perquè hi ha coses que no són només fisiològiques que els hi pot passar o no, o sigui que hi ha coses... no sé, que també utilitzaran pintallavis o també es treuran el cabell llarg del cul, saps? literal, però per això que jo crec que és això el concepte clau és la feminitat com a tal de qualsevol persona que faci ni que sigui una cosa femenina tindrà un TikTok on es mostrarà allò i dirà, "sí, em sento identificada"

00:31:37 Participant 5: sí, és com que mostra una essència de gènere és el que diuen de "el gènere construcció social", doncs una essència d'aquesta com construcció que està feta

00:31:45 Entrevistadora: i creieu en canvi que hi ha noies que miren aquest trend i diuen "jo no soc això" o com que els generi rebuig?

00:31:53 Participant 5: habrá, pero yo creo que es más relacionado con el ambiente en el que estás. Si estás delante de un grupo de hombres maromos te sale como la... depende a quien, a mi igual no me saldría... o igual sí, no? pero depende de como a alguien a lo mejor le saldría el "no, estas chicas son super tontas, yo jamás haría esto" o decir "no, como chicas no haríamos esto"

00:32:09 Entrevistadora: potser també pel que ha dit ella, de que quan hi ha homes davant com que vols reivindicar

00:32:15 Participant 3: pot tornar a repetir la pregunta?

00:32:17 Entrevistadora: sí, si creus que hi ha noies que en canvi se sentirien excloses o que ho rebutjarien

00:32:21 Participant 3: jo crec que la meva parella sí que potser se sent més rebutjada amb totes aquestes coses perquè li molesta molt el tema de la feminitat, no perquè segueixi el rol més masculí, simplement perquè li molesta molt com l'encasellament aquest i bueno jo crec que potser sí que sentiria... no crec que ella vegi aquest tiktok i digui, "sí, me representa un montón", cap d'ells, literalment. l'últim sí perquè a veure, però com de manera genèrica et dubto molt que li surti ni al seu tiktok.

00:32:55 Participant 4: i jo crec que a lo millor, això és més com una tirada, no sé com se diu, però que la millor que representa més és dir "I'm just a..." perquè penso que també es podria fer això amb "I'm just a boy", vull dir se m'acudirien com irònicament performar-ho i llavors no voldria dir que tothom s'hauria de sentir amb "I'm just a boy" sinó que sents representat amb "I'm just..." i el que sigui, no sé com dir-ho. i que ho podries performar al

contrari. el que passa és que els homes heteros, pel que sigui, no tendeixen a fer el "I'm just a boy" [totes riuen]

00:33:17 Participant 3: tant de bo, m'agradaria tantíssim

00:33:21 Participant 4: es trenqués alguna cosa i de cop tots corrent de "yo lo arreglo" i ningun té ni puta idea [totes riuen] i "I'm just a boy"

00:33:23 Participant 3: no tindrien ni puta idea, literalment. "Yo cambio la rueda", no sabe, "I'm just a boy". Jo seguiria aquest trend [tothom li dona la raó].

00:33:25 Participant 1: però és que al final és també normalitzar com moltes coses, clar, com això, reafirmar-nos-en "a totes les ties els passa? jo també soc així" i això de que potser no totes se sentin identificades també crec que va molt depenent de l'humor o de lo irònic que sigui la seva vida. tipo, a mi no m'importa dir irònicament aquestes coses o fer-me la tonta o aquestes coses perquè com que ja he fet un treball que he dit "mira ja m'és igual". però entenc que hi hagi tises que vagin cap a l'altre costat i sigui com "no, no, és que a mi ni un pèl de tonta i no me'l deixaré veure". però com també és això, el teu sentit de fins on... de com vols que et llegeixin, de si t'importa o no ser llegida d'una manera o no, de si creus que ets una persona irònica o no... si et fa mal que facin un comentari o si ja estàs tan acostumada que no

00:34:29 Entrevistadora: sí, doncs ara us posaré un altre vídeo, només us posaré un vídeo però ja sabreu quina tendència és jo ja sé que hi ha una tendència

00:34:37 [es reproduceix el vídeo]

00:36:33 Vale, doncs aquí crec que en un vídeo ja hi ha suficient primer perquè és llarguíssim i segon perquè tots acaben representant el mateix.

00:36:45 [entra la participant 6]

00:37:19 Entrevistadora: bueno, si et pots presentar i dir una mica quina relació tens amb TikTok

00:37:25 Participant 6: vale, em dic [nom participant 6] i jo la relació que tinc amb TikTok és de dependència [totes riuen]. He intentat deixar-ho moltes voltes però no puc, m'agrada...

00:37:39 Entrevistadora: molt bé, i per què l'utilitzes?

00:37:41 Participant 6: un poc de tot, com buscador, com... risa fàcil i a voltes miro coses no sé, que necessito saber ràpid i ja està

00:37:53 Entrevistadora: molt bé, doncs ara acabem de veure un vídeo del girl math. saps què és el girl math? [asenteix] i i anàvem a fer unes preguntes sobre això, vale? bàsicament la primera pregunta és que si sentiis que vosaltres feu això al vostre dia a dia. és a dir, si vosaltres feu servir com al girl math quan compreu coses, per exemple.

00:38:15 Participant 3: jo no ho feia fins que va sortir aquest trend [totes li donen la raó]. i jo no feia això... potser amb 14 anys sí perquè em doaven 10 euros i volia saber si em podia comprar un top o no, però mai havia fet això, com a molt sí, lo de "m'ho han rebaixat", però no en plan "gano 15 euros", sinó joder, doncs tinc 15 euros que em pensava que m'anava gastant això, ho gasto una altra cosa, que trobo que li pot passar a qualsevol persona, però no era conscient de poder fer això. De fet, al principi a mi personalment no em feia gràcia, va començar a fer-se un montón i ara és una cosa que jo utilitzo, la de "toma he ganado 15 euros" i és com que ho he incorporat

00:38:53 Participant 2: a mi m'ha passat amb la [participant 1]. fa poc vam anar a un mercadillo a mirar roba i ens passave amb el factor efectiu, que el tenir efectiu deiem girl math, deiem textualment girl math, si m'ho gasto amb efectiu no em baixi del compte i sembla que no ens estiguem gastant diners... per roba, saps? i jo ho he dit molts cops també amb el meu nòvio "mira això ho he agafat de rebaixa" girl math, o sigui "he guanyat 13 euros". o sigui, sí, ho he utilitzat després de veure aquest trend i he estat condicionada totalment

00:39:27 Entrevistadora: la resta igual? o algú pensa que ho pensava d'abans de veure el tren?

00:39:31 Participant 5: creo que sí, que lo pensaba de antes pero a lo mejor no teníamos nombre para el concepto y rollo que lo haces más subconscientemente. en plan, como que te incita a comprar y dices "este dinero es para no sé qué". En plan, lo del efectivo que sea gratis, yo... levo haciéndolo años [riuen]. Si es cierto que lo hacia pero es verdad que al ponerle el concepto lo haces como más real y como que lo haces como más consciente y a lo mejor lo haces más y todo.

00:39:57 Participant 6: yo creo que ahora lo empleo más. había cosas que si las utilizaba antes, rollo "me devuelven la fianza" [totes riuen] i "vamos!!! me lo puedo gastar" y no le ponía palabras pero es verdad que una vez que ya he incorporado el término... pues con el efectivo no me pasaba y ahora me pasa

00:40:13 Participant 3: però crec que el que acabes de dir tu ara en el pis on estem ara ens tornen la fiança i tots diem això. sento que en això és molt més genèric però el "girl math" de "ai, m'he rebajan 15 euros, ahora he ganado 15 euros" és més femení i crec que està molt influenciat per aquesta tendència. que hi haurà molta gent que ho fes però com... ara moltes de nosaltres no ho feiem i ara penso que he guanyat 15 euros quan jo no tenia això en el cap mai. lo de la fianza, sí, obviament perquè és diner que havia inversió d'hace años, m'és igual, o el de l'efectiu sí que és més nou. jo per exemple pago com moltes coses en l'efectiu, doncs m'encanta pagar jo perquè me sube la cuenta, perquè no ha bajado. o no entrar i fer el bizum fa que no hakis de veure els diners que tens, que no tal, com que ja no és només que pugui, sinó no entrar i no saber. simplement veure que t'arriben bizums, no ho sé

00:41:11 Participant 4: jo crec que és se li diu "girl" perquè s'associa a la feminitat però realment això ho fa qui és innocent en realitat. llavors, s'entén que les dones són innocents, no duen comptes bé dels doblers i fan això, però tipo adolescent jo per exemple aquesta cosa de "això són dos tops", ara sonarà molt pedant, però jo feia molt els llibres i me'n recordo que al

meu grup d'amics tothom ho feia amb lo dels llibres i feiem sa broma i no era una cosa que fessin només ses ties, també ho feien els tios. el [nom amic] i el [nom amic] ho han fet tota la vida aquesta broma

00:41:37 Participant 2: però jo penso que aquest concepte de girl math també s'utilitze o algú pot entendre amb la idea de les noies són més tontes respecte al domini de gestió de diners i per això, això tan tonto de "compro una fatilla de 15 euros quan valia 30 i et penses que has guanyat 15 euros" només ho podria pensar una dona perquè no té tanta gestió dels diners com un home

00:42:01 Participant 5: porque siempre se ha vendido la idea de que el hombre es el que te da el dinero porque es el que trabaja y la pava se lo gasta sin pensárselo.

00:42:07 Participant 2: exacte, que comprem compulsivament, roba i aquestes coses i que no ho pensen bé i per això és girl math i no boys math.

00:42:15 Participant 1: clar, però ells es gasten mil pavos de cop en un ordinador però ells no compren compulsivament, no? [totes riuen]

00:42:19 Participant 2: però no hi ha tren de Boy Math per comprar-se un ordinador

00:42:23 Participant 1: És com que sento, ara que has dit això, que no hi ha trend de "I'm just a boy" o "Boy Math" perquè és com que ells viuen de manera hegemònica tota la seva realitat i nosaltres per adaptar-nos hem de trobar trends que ens facin sentir identificades... perquè jo no m'identificaré tenint un excel i calculant mil merdes, en plan, ni em cal. O no m'identificaré tirant una roca a un riu i rient amb els col·legues [totes riuen]

00:42:53 Participant 2: això és un tren que els surt molt, eh?

00:42:55 Participant 6: sí, si hi ha un compte i tot [totes assenteixen]

00:42:57 Participant 1: clar, però clar, necessitem tenir el nostre grup amb qui sí que em puc identificar i que no és la cultura hegemònica perquè la cultura hegemònica és la masculina i llavors és com "jo faig mates de noies". bueno, es que jo recordo que era bona en mates a puto batxillerat però ara he fet tant aquest trend que penso "és que no soc bona en mates". com que a mi ha calat una mica el pensar "és que odio les mates", vale, però les odiava abans? abans se'm donaven bé. no sé, com que crec que sí que m'ha afectat una mica

00:43:27 Participant 5: como que te da miedo transformarte en este estereotipo que estás tan conscientment riendote de el pero a la vez piensas "y si lo soy?"

00:43:33 Participant 1: exacte, l'estereotip irònic aquest que al final se'ns acaba menjant una mica, crec

00:43:37 Participant 3: també crec que a part ells no podrien fer aquesta broma perquè la seva masculinitat no els permet riure's d'això o sigui, nosaltres tenim super assumit riure'ns de tot el que ens passa perquè és molt més fàcil assumir-ho així com el "I'm just a girl" de "se me rompe el coche y ja ja". Un home l'ha d'arreglar perquè està super assumit que per l'home

el cotxe ha de ser com una cosa super important... com fer càlculs i fer-se un excel. potser no els agrada, no volen i tampoc saben d'arreglar un cotxe però és simplement quan entra la feminitat quan poden acceptar això. el teu amic maricón també dirà "pues le pongo una tirita" o qualsevol cosa d'aquestes. crec que el problema ja no és ser un home, sinó la feminitat. Ells no acceptaran riure's d'això. Segurament també deuen pensar "hòstia, l'ordinador m'ha costat 100 euros menys, tinc diners per gastar en diners pel Fortnite" [totes riuen]. jo què sé, però és que no sé què fan els homes. sento que simplement ells no poden riure's, és la feminitat el problema, tota l'estona.

00:44:33 Participant 2: sí, i de fet els pocs vídeos que he vist respecte de parlar de la masculinitat és com per exemple que veuen un cotxe espatllat i van tots a arreglar el cotxe

00:44:43 Participant 1: clar, ells fan el contrari, els trends van al contrari.

00:44:45 Participant 2: però tia, que ajuden, i que fan i que...

00:44:47 Participant 5: o estar tots a la barbacoa

00:44:49 Participant 1: sí, tots mirant la barbacoa

00:44:51 Participant 3: però mai serà un trend de "hòstia, jo no sé fer això", tots els seus són el que ells saben fer tipo...

00:44:57 Participant 5: bueno, i a més que és que no és un trend, és un vídeo

00:44:59 Participant 3: bueno, que potser ells en els seus algoritmes els hi surten 200 de gent a la barbacoa, jo no ho puc dir. però és això, no serà un trend de "hòstia, no sé hacer esto, ja ja". i fins i tot quan una dona fa un trend de... els trends aquests de "que equipo de futbol es este?" doncs s'ha fet el contrari de "sabes qué maquillaje es este?" i está súper guai riure's de "no sé que es este maquillaje". amore, tens una novia fa 3 anys, és penós que no sàpigues què és un blush, es maquilla cada dia davant teu, hauries de saber-ho per comprar-li encara que sigui. però queda bé dir això, però després tu novia no se sabe los equipos i tots els pibes "Ah!! no se lo sabe". Com que sento que hi ha dinàmiques sempre molt més de "Yo lo sé todo y si no lo sé es porque es femenino i no he de saber-ho"

00:45:45 Participant 2: hi ha videos pels homes perquè entenguin, per exemple, respecte al maquillatge, perquè entenguin quin nivell de maquillatge és millor comparant-ho amb cotxes. Per exemple un maquillatge barat és un cotxe... un Fiat 500. Un maquillatge més car és un Nissan, saps? [totes riuen]. I llavors amb idioma cotxe, perquè l'home entengui quin maquillatge és quin.

00:46:05 Participant 1: no clar, i no em diràs que això no és ridícul però...

00:46:09 Participant 2: no, no, clar que és ridícul.

00:46:11 Participant 1: per això, per ells no, saps? per ells això serà la cosa que té més sentit del món però per mi és puto ridícul però clar, després per ells també és super ridícul que jo estigui fent el el girl math o no sé què

00:46:21 Participant 4: però també passa a l'inrevés, no sé si és un trend com a tal, però la [nom amiga] me va mostrar un vídeo que era com "dones que...", o sigui, entre comilles, tipo "dones que fan el paper d'home". per exemple en el meu pis quan se romp algo sempre ho arreglo jo, i realment hi ha un home, hi ha el [nom company de pis] que ho podria fer perfectament però la [nom amiga] me va enviar un vídeo que era com "la tia que arregla es cotxe" i arregla el que s'ha romput i llavors és com que estàs performant sa lògica masculina diguessim.

00:46:47 Tornant a allò de girl math, per posar un exemple així que em va passar just abans d'ahir crec. literalment vam anar a dinar amb el meu nòvio i ell va pagar i tenia com un descompte, saps? llavors em va dir com bueno, segons tu ara tinc 2p euros més, no? i jo en plan, jo "sí, literalment sí" i clar, ell és incapaç de dir girl math perquè clar, no se sentirà identificat dient "mates de noia" quan acabe de pagar-me el puto dinar i ha tingut un descompte saps? però és com jo crec que també necessiten de nosaltres per entrar al trend, saps? perquè si no, mai acceptarien com al que hem estat parlant

00:47:27 Entrevistadora: però creieu que els homes ho fan igual?

00:47:29 Participant 1: sí

00:47:31 Participant 3: o sigui, no igual...

00:47:33 Participant 1: o sigui, no posant-li aquest nom però...

00:47:35 Participant 5: sí, la lògica...

00:47:37 Participant 3: jo crec que depèn quins homes. en plan, el meu germà no ho farà. és que no ho farà amors. o sigui, ho farà un home que tingui nòvia, que ja sigui que tingui certa edat. trobo que estem també nosaltres en la bombolla aquesta i coneixem homes que potser sí que entren dins de tot això, però hi ha moltíssims que no, en plan, que sento que els ofendria fins i tot

00:47:57 Participant 4: els criptobros

00:47:59 Participant 3: sí, porque ellos saben como voy a... estáis locas? como os creéis que ganáis 20 euros? com que sento que molts homes sí que sentirien malament si a algú els hi digués això però que molt poca dona diria "no, yo sé hacer esto", saps? sento que sí, obviament, hi ha molts homes que també utilitzarien, i sobretot potser en els nostres ambients o en el meu sí, però que tampoc és tan general, simplement que també vivim en una bombolleta on és molt més fàcil que els homes ens diguin "sí sí ja ja girl math" o "eso que decís". potser el meu germà li sap què és.

00:48:29 Participant 4: o sea, yo no hablo de usar el término como tal ni atribuirlo a nosotras ni nada sino más bien que aunque no sepas el término hagas uso de ello. en plan, la lógica. rollo, obviamente no va a pensar que ha ganado 20 euros por ahorrarselos pero sí que

va a alegrarse porque no se los ha gastado, sabes? o sea, que la lógica está en todo el mundo implícita pero la cosa es ponerle el nombre o no

00:48:43 Participant 1: o dir que després amb aquells vint euros et compraràs un top doncs és com... clar, naltres ho portem cap a la feminitat però que ells també pensen...

00:48:55 Participant 5: el que has dit tu, potser pel Fortnite

00:48:57 Participant 1: sí, pel Fortnite

00:48:59 Participant 3: que lástima

00:49:01 Entrevistadora: vale, us vaig a posar més vídeos sobre una altra tendència, ja veure-ho quina és. [es reproduïxen els vídeos]. Bé, això no és un tren com a tal però sí que és com totes aquestes tendències d'ensenyar com "mi rutina de mañana" i la "skincare routine" i com... o els "get ready with me" que la gent com que ensenya com es prepara i tal i primer us vull preguntar si us apareix aquest contingut a TikTok

Participant 2: a mi sí

00:50:31 Participant 5: a mi no

00:50:33 Participant 1: a mi tampoc

00:50:35 Participant 3: a mi tampoc.

Participant 1: o sigui, algun vídeo potser sí lo típic que... clar, et van apareixent coses perquè l'algoritme sàpiga, però com a tal a mi skincare i això no em surt gairebé gens.

00:50:45 Participant 3: o sigui, a mi get ready with me sí, però sempre estan explicant algo. o sigui, no està...

00:50:49 Participant 6: ah sí, com de fons perquè te quedes allà al vídeo perquè tens molt d'estímul...

00:50:53 Participant 3: exacte, o sigui, per exemple, sé què és CeraVe perquè me surt algú utilitzant això però sobretot serà perquè és barat, perquè m'està explicant una història mentres i mentres me dirà, "bueno, ara uso esto" pero no es lo prioritari en el vídeo, mai. i si em surt segurament ho passi perquè em sento malament. dic, jo no m'aixecaré a les set ni me faré, no sé què està fent aquesta senyora per menjar, però no sé ni què és

00:51:15 Participant 1: get ready with me mientras te cuento cómo mi novio me puso los cuernos [totes riuen]. Tipo, a aquest es el tipus de get ready with me, que miraria, que apareixeria a la meva for you page.

00:51:25 Participant 3: a mi, com a molt, si s'estan vestint amb roba que és del meu estil sí que me quedo. en plan, això sí, però no de skincare no, perquè no me'n vaig suposo que és per això que tampoc em surt

00:51:37 Participant 1: ja, ja igual

00:51:39 Participant 5: claro, yo que llevo haciendolo desde los catorce años porque tenia unos granos... pues a mi me saldría porque el algoritmo está entrenado porque siempre me ha gustado y tal. y por ejemplo el que ponía "that girl morning routine" que es super aesthetic y tal, es algo que no haría y no me sentiría nada identificada pero me lo tragaría hasta atrás porque diría "que bonito, que guay"

00:51:41 Participant 4: jo m'imaginaria el contrari, que jo passa que mai sabia fer un vídeo tan estètic o una tassa tan guapa, tipo la meva tassa de cafè és tan lletja que... o ho estic fent a sa cuina i està bruta i no puc veure això perquè no sé viure'n aquesta estètica

00:52:11 Participant 6: A mi és que em genera sentir-me malament tota s'estona. A part de que no tinc ni aquest pis, ni aquest bol per ficar-me els cereals [totes riuen]. Si tinc un plat de cada color recaptat de jo que sé on, que ho he furtat. Ni m'aixeco a les 7 per fer ioga... En plan, la meva vida no és aquesta i mirar això em fa sentir malament.

00:52:37 Participant 2: doncs a mi tampoc és que em surti molt però sí que és veritat que dels que he vist sí que m'ha fet plantejar... perquè jo sempre he sigut molt desordenada però sí que és veritat que potser sí que m'ha condicionat a veure el factor "clean girl", el factor "morning routine" de fer-se el llit... sí que m'ha condicionat en "vale, doncs vaig posar una mica d'ordre en la meva vida". llavors vaig veure que... o sigui, no faré aquests cereals rars ni aquestes coses, però sí que el factor de fer-me el llit, intentar menjar bé també... perquè també volia canviar la meva alimentació i on ho vaig mirar? doncs els tiktoks de "alimentació sana"

00:53:17 Participant 6: Sí, jo crec que hi ha distància però penso que aquests vídeos són el Lladós [totes riuen] de la de la feminitat.

00:53:25 Participant 4: què és Lladós?

00:53:27 Participant 3: Aquest que feia això de... "coches! gymbros! Levántate a las 7!"

00:53:29 Participant 6: "Levántate a las 5 ves al gimnasio, ten cuatro trabajos, sé tu propio jefe!!!!"

00:53:31 Participant 3: No ho havia pensat mai, però és que en realitat sí.

00:53:35 Participant 5: te ponen música mona y una taza mona y te quedas y al hombre le dicen "levántate!" y dice "vale..." [riuen]

00:53:41 Participant 6: fes ioga, fes pilates...

00:53:49 Participant 3: a mi em surt una mica com al contrari, també un morning routine però molt més a dir en el que jo visc, d'un bol de merda, los cereales del Mercadona, les més barats que semblen fets de plàstic [riuen] i això sí que em quedo

00:54:01 Participant 5: es que a mi me sale eso y digo "ja ja, soy yo" pero me sale esto y digo "ojalá yo" [totes li donen la raó]. No me hace sentir mal tampoco, pero digo "que chulo". I sí que me ha llegado a condicionar en plan de alguna vez me he hecho los morning oats que pones la avena con el leche y lo metes en la nevera y al día te lo comes. Me lo he llegado a

hacer porque digo "ay que chulo lo voy a probar". y ordenar la habitación, de repente poner el incienso...

00:54:25 Participant 4: si jo me surt coses com... "estètica cutre", saps? Portat a la precarietat diria

00:54:31 Entrevistadora: sí, de fet el grup anterior que vaig fer van parlar d'una tendència que jo no sabia que és el "messy girl" [tothom diu que sí] que és com és el contrari, el clean girl, que és com de cop una noia que té una rutina terrible, en plan que es posen 10.000 alarmes i no es desperta, que se'n va corrents de casa, que se veste como puede y se pira

00:54:51 Participant 6: hòstia si soc jo!

00:54:53 Participant 5: como súper maximalista todo

00:54:55 Participant 2: l'habitació feta un desastre... menjar, tasses por ahí

00:54:57 Participant 3: sí o... tampoc cal aquest extrem. a mi em surt com el messy girl de una habitació molt decorada, però això tipo maximalismo, posters randoms o el cartel que te has encontrado en la calle. com que no necessàriament és una tia de merda

00:55:13 Participant 5: no un desastre cutre, sino a nivel estético. Es como cuando entrasteis a mi cuarto y dijisteis "tu cuarto es tan messy girl" y yo "a que sí? me encanta" [riuen]. Y no estaba desordenado, tengo mis posters, mi cartel de "prohibido perros" y no sé, en plan...

00:55:27 Participant 3: sí, a mi m'agrada, o sigui no és literalment això de la morning routine però sí d'una habitació més estètica. això sí que m'ha pogut influenciar a que sigui més limpia y ordenada. Que potser no ho faig, però sí que un dia ho faig i dic "uf, quina pau", no sé si va influenciat per això o no però sí que una mica, però és més com l'estètica

00:55:43 Participant 6: i parlant d'habitacions a vosaltres us ha sortit... no sé si és algo viral... els homes ensenyant el seu cuarto ple de merda i diu, "ma mare m'ha dit que a ver si me da vergüenza subir del cuarto, like si lo tenéis igual" y tiene un millón de likes en los vídeos [totes actuen sorpreses]

00:56:01 Participant 1: vale, no, però a mi també m'ha sortit amb ties això, en plan de "mi madre dice que a ver si me va a dar vergüenza, a ver si alguien más tiene el cuarto así" i també té molts likes, però també a mi m'ha sortit de ties, és això

00:56:17 Participant 3: també jo crec que és la broma aquesta de jaja, no tindrè com aquest vídeo de tot l'armari fora però "sí soy" de que tinc tots els pantalons de tota la setmana fora de l'armari

00:56:27 Participant 5: i que és una cosa que han dit a totes les nostre mares de "no te da verguenza tener la habitación así, los otros lo tienen más ordenado"

00:56:33 Entrevistadora: i creieu que aquest contingut només surt a les noies, com el que us he posat en aquests vídeos o no? perquè per exemple et deies que hi havia una versió masculina que és el Lladós

00:56:43 Participant 4: i ara el nin petit aquest que també diu això

00:56:45 Participant 2: Ah!!!!!! El del podcast!!!

00:56:47 Participant 6: Ah!!!! Sí! Jo es que m'apareix el noi aquest i penso "por qué me sale? por qué me sale?"

00:56:51 Participant 4: perquè jo crec que amb aquest em fa cringe i escolto el que diu rollo de que s'aixeca a les sis del dematí i ell diu "pues yo soy el más exitoso de la escuela porque yo realmente nunca sacaré un 10 pero en realidad..." bueno, no sé que putes fa aquest nin, osigui fa de tot.

00:57:03 Participant 3: o yo no quiero novias porque esto me distrae de mi objetivo de ser un emprendedor. Tens 15 anys...

00:57:09 Participant 4: o un altre que... perdó, això és molt cringe, però diu "llevo 500 días sin eyacular" i t'explica per què

00:57:13 Participant 1: QUÈ?! [riuen]

00:57:15 Participant 4: sí, i et fa una morning routine però com de home mazacote que duu 500 dies sense ejacular [totes riuen]

00:57:25 Participant 1: jo això d'aixecar-se a les 7 del matí i tal, jo és que justament l'altre dia el meu nòvio em va dir "sí, em t'ha sortit d'aquest tio que és superfamós, avui m'ha sortit un munt a twitter, a tu t'haurà sortit a tiktok" i jo "no, aquest home a mi no m'ha sortit", m'ensenya, o sigui no em sonava absolutament res i va ser com "ah, vale, tenim pàgines molt diferents" perquè jo això de que s'aixequin a les 5 del matí no

00:57:49 Participant 2: jo respecte dels nens d'aixecar-se al matí sí que vaig veure un vídeo d'una nena de, li poso uns 7 anys, d'aixecar-se una hora abans del col·legi per fer-se la morning routine amb cremes que no necessita i vaig buscar informació sobre això i hi ha molts nens que estan fent la skin care i la morning routine i literalment s'estan destrossant la pell perquè estan en creixement. i això s'ha viralitzat moltíssim i els nens que tenen accés a tiktok abans de l'adolescència, a la primària, ja imiten tot això i ostres!

00:58:21 Participant 5: I mazo dermatólogos en plan "no os pongais retinol"

00:58:23 Participant 2: ja, és que tots els dermatòlegs... wow, al·lucinant. però es que tots els passos, un a un

00:58:29 Participant 5: cremes de 25.000 euros, el drunk elephant, que hacen un smoothie con las cremas y se lo hechan en la cara.... què?

00:58:31 Entrevistadora: ja, això també va sortir, lo dels Sephora Kids [la majoria diuen que no saben què és]. Sephora és una marca de maquillatges i productes i tal, doncs a vegades posen a la venda productes que es fan virals a tiktok llavors venen masses de nenes en plan de "venim a comprar el producte viral". i com que això ha portat molts problemes perquè a les nenes no els hi va bé aquests productes a la pell, perquè tenen 5 anys, bueno 7, 8 o...

00:59:05 Participant 2: no no, inclús 5, sí, sí, sí

00:59:07 Participant 5: no no, que se hacen la skin routine i la cuelgan diciendo "preparate conmigo para ir al colegio". amore, vas a la puta guardería... [totes riuen]. Se echan 25 cremas y se van al cole...

00:59:13 Participant 1: totalment

00:59:19 Entrevistadora: vale, i en general, aquest contingut, o sigui, que us fa sentir millor veure el contingut que dèiem de messy girl en plan de "bueno, soc jo literal" o veure el contingut aquest ideal de tot ordenadito i que em fa sentir com...

00:59:31 Participant 2: a mi em fa sentir millor el messy girl, perquè jo quan començava a veure clean girl. jo al començament, anys enrere, deia, ostres, és que jo no soc com la resta de noies. i jo pensava, ostres, és que no soc normal perquè veig aquests tiktoks o inclús amigues que es cuiden més i dic, ostres, és que no soc així, llavors és com, em veia com una persona com desordenada, saps? en canvi, al veure de l'altra banda és com, ah, vale

00:59:53 Participant 1: ja, o sigui, crec que la identificació va superbé i jo no soc clean girl, per tant, a mi em fa sentir millor veure la girl math de ai, mira, soc tonta, no se ve això, el... el del cotxe, I'm just a girl i... identificar-me amb aquests trends

01:00:09 Participant 4: sí, jo també amb sa messy, messy girl, no sé com es diu, però, per exemple, la [nom amiga] m'ha comportat tipo discussió, saps, com debat perquè ella m'ha dit que això és com un punt pick me. en plan de "jo soc diferent i no soc com una feminitat hegemònica". perquè la [nom amiga] sí que és molt fan d'aquest tipus de vídeo que has mostrat fent ioga, bueno, li encanta, li surten un munt... i jo és com que Maria, tio, jo no puc com això, si no soc per res i jo m'ho sento rotllo de, això és una sensació doncs que t'estàs fent s'alternativa i que tu ets com desendregada, saps? o sigui, com no... bueno, això

01:00:39 Entrevistadora: no, sí, sí, o sigui que hi ha moltes noies que també se senten identificades amb l'altre

01:00:43 Participant 3: jo també em sento identificada amb el messy girl, molt més, però és això, és com el poder sentir-me també una noia, sense haver de seguir tot això que fan aquestes dones a les 7, doncs em sento molt millor si veig una noia que s'aixeca a les 10 i surt corrents perquè arriba tard a la feina. serà pick me o no? bueno, no ho sé però sí que sento que és com molt més la meva realitat, que entenc que la de qualsevol amiga pot ser l'altra contraria perquè li va super vella que està al matí o jo què sé, o...?

01:01:11 Participant 5: Jo sí que no me sento identificada con lo de clean girl, pero sí que es como... o sea, llevo en internet desde que soy muy pequeña porque yo de pequeña no tenía supervisión, entonces yo me ponía en YouTube y me ponía a ver mis vídeos, entonces es como una estética que yo he, digamos, como perseguido de pequeña durante mucho tiempo durante la adolescencia, hasta que luego me di cuenta que no, y tía, pues... embrace yourself, pero rollo sí que tampoco me echa tanto para atrás porque es que realmente es una estética que he perseguido desde pequeña, en plan como que... no sé

01:01:37 Entrevistadora: com que està més idealitzada potser per tu

01:01:39 Participant 3: Jo potser també he intentat com de petita, tot el contrari rebutjar tota aquesta feminitat. o sigui, necessitava molt aïllar-me de tot el que era femení i preferia apropiarme molt més al que implicava ser un home i jugar a futbol que tampoc m'agradava.

01:01:55 Participant 5: O sigui, jo fue así hasta que... llegada de la adolescencia, que ya dije "soy una chica"

01:01:57 Participant 3: O sigui, sempre he sigut així i segueixo sent així, en plan, no m'agrada o... quan vaig entrar a la meva època feminista jo no me gustava el rosa. Quan he estat amb una tonteria immensa. doncs, ara sí queestic com abraçant molt més la meva feminitat i entenent-la i entenc que me pot agradar també aquest tipus de contingut, però crec que no tinc aquest... o sigui, m'agrada més el messy girl simplement perquè des de petita he rebutjat tot el que implicava això i se'm fa molt més còmode seguir en aquesta línia, que alhora també m'ajuda a fer-me sentir femenina tot i haver-ho rebutjat. O sigui, ha estat sent com una eina per abraçar la feminitat o ser una dona o sentir-me dona sense haver de sentir que he de ser un home o reproduir tot el que és el contrari a mi.

01:02:39 Participant 2: Totalment. Jo el veure això de Clean Girl o allò I'm Just a Girl sí que és veritat que és el que dius abans quan ets més petita o adolescent és com que rebutges tot això de la feminitat i ara és com que ho ets d'una manera diferent i és com "sí, soc una dona i faig aquestes coses i està bé" i o sigui "m'agrada el rosa" i puc fer bromes així. És el que és tu dius, abraça més la meva feminitat gràcies a aquests vídeos.

01:03:05 Participant 4: Totalment.

01:03:07 Entrevistadora: Vale, doncs justament va estar en relació amb això ara vaig a posar una altra tendència [reproduceix els vídeos]. Us heu identificat amb aquests vídeos?

01:04:29 Participant 6: No, és que jo...

01:04:35 Participant 5: Yo literalmente ayer repostee uno parecido, o sea...

01:04:37 Participant 6: a mi m'ha sortit el resignificament del girlhood. No només el maquillatge, sinó simplement la paraula però fent una altra cosa diferent. Una noia que s'està fent un piti al mig de la piscina, mentre sa seva amiga està fent una barbacoa, saps? I és com una resignificació.

01:04:55 Participant 5: A mi, sobretudo, el último, que és com en general, com a coses randoms, que dius "és que sí".

01:05:01 Participant 2: A mi m'ha sortit també això del sentiment de valorar les amistats femenines, perquè abans potser era molt com "no, sí, jo em faig més amb els nois, no sé què". mmmmm... amb aquests vídeos, és això, valors molt, doncs, les quedades amb amigues i que tens un sentiment molt nostàlgic i que al final potser les relacions se les dones, és que t'expliques més coses i fas més coses juntes, les quals no pots fer amb els homes o potser els homes no tenen aquest tipus d'amistat i no els hi pots explicar, perquè és totalment diferent a la nostra. I el d'arreglar-se també, o sigui, de fet, fa poc quan vam sortir de festa amb la [nom amiga], la meva companya de pis, i amb tu també, és com, bo, trobava falta molt això d'arreglar-se juntes amb la música, és com companyerisme, ja, maco, sí.

01:05:47 Participant 1: Com que jo no sento que en arreglar-me sigui tan estètic com aquests vídeos, òbviament, però sí que amb el que més m'he fixat d'aquest vídeo, bueno, del primer vídeo, és això que diu la [participant 2] de les amistats entre dones, que també és una cosa que aquests nous trends de la feminitat reivindiquen molt, i com que això seria la part positiva que li veuria jo a aquests trends. que ja no és el fet d'identificar-me amb si tinc amigues o no, sinó com saber que totes les ties tenen amigues que jo també en tinc, que totes els podem recolzar, que és romantitzar-ho perquè, òbviament, hi haurà gent que no en té, etc. Però, no, no, però...

01:06:27 Participant 5: Es como el típico video que le mandas a tu amiga para decirle "te quiero", sabes?

01:06:29 Participant 1: Però vull dir, però que quan realment trobes, doncs això, la gent amb qui sortir, que realment t'ho passes bé i que et maquilles juntes o no, o maquillar-se més messy girl, o un es maquilla i l'altre mire. I tot això com que amb aquests trend sí que em sento identificada.

01:06:45 Participant 3: Jo faré oversharing ara mateix, no passa res.

01:06:47 Entrevistadora: sí sí, si és anònim [riuen]

01:06:49 Participant 3: genial, no se sabe quién soy. Jo al primer vídeo he pensat quina llàstima perquè de petita mai he pogut fer això, o sigui, no tenia com la xarxa d'amistats possible per fer això, ni se'm deixava, ni com res així, llavors he sentit com "que l'àstima", que crec que també pot ser com un punt de gent que pugui veure això, però quan després la [participant 6] ha dit que li ha sortit lo de la tia a la piscina fent-se un pití, o si sortís un, que no sé si existeix, eh, algo més, no messy, però menys de maquillar-se... potser sí que me podria sentir identificada. No ha sortit mai aquest trend, o sigui, l'he acabat de descobrir, però...

01:07:27 Participant 5: No, pero parecidos seguro que sí. Como el de "This i...", "this i no sé què", en plan "this i..." una conversación com molt interessant, i són dues conversacions d'un pití, saps? O "this i... esto", i és un cafè, també, saps?

01:07:35 Participant 6: Sí, o una mesa con todo lleno de amigas i 4 botellas de vino...

01:07:39 Participant 5: sí, o mazo cervezas, tal, en plan, i és com...

01:07:41 Participant 6: Y es como "girlhood", pues sí, claro que sí, no solo es... maquillarse.

01:07:43 Participant 3: Ah, val, això, tipo, sí que em sentiria molt identificada, o no sé si va per aquí el trend, perquè no l'entenc. però el típic del cafè, "tia, te tengo que contar", i acaba el cafè, i puc enviar-l'hi a tots els meus amics, em sento superidentificada, o al sofà, perquè, bueno, sempre hi ha molta broma al meu pis que si algú se seu al meu sofà se li destrossa la vida, perquè parlem un munt de coses, tot això sí que em sentiria molt identificada. Lo del grup de amigas mirades en espejo, no, però tot això que heu dit sí que sento que ajuda molt el companyisme i el sentir que no estàs com sola i que tothom viu aquestes coses, i un altre cop, el que hem dit abans, l'ha de abraçar, més la feminitat quan l'has rebutjat, suposo.

01:08:27 Entrevistadora: Sí, totalment. També entenc que hi ha gent que, com tu de petita, es pot sentir exclòsa d'això, no? Creieu que hi ha gent que li pot sentar malament veure aquest vídeo?

01:08:39 Participant 3: jo literalment quan l'he vist, si m'he sentit malament, he pensat a la meua nena petita, és que és supercreepy això, però he pensat "que l'hàstima", perquè totes... "Sí!" I jo pensava, uau, no he tingut amics, i no és això, simplement tenia altres maneres de relacionar-me que no eren relacionades amb això, tenia menys amics, menys dones, o el que sigui, doncs he sentit una mica de pena per la meua infància. Que després, pensant, dic, bueno, he anat a la universitat i he viscut això d'anar a casa de la [participant 1] i maquillar-me, i que me deje un rímel. Però he sentit com que... També eren més petites aquelles noies, no sé.

01:09:09 Participant 1: Ja, bueno, jo igualment ho pensava de viscut en els últims anys, i tampoc me n'anava a l'adolescència ni res. Com que parlava d'aquesta amistat entre dones, però ja des de la universitat, o sigui que...

01:09:19 Participant 5: Sí, como des de una cierta madurez, como que lo aprecias más porque de pequeña sientes que... que está feo, pero es como que piensas que las amigas siempre van a estar ahí. Pero como que de mayor lo abrazas más y dices "qué guay", como que lo abrazas mucho más.

01:09:31 Participant 3: Sí, però és el trend aquest de... "Bua, les fiestas de pijama..." No ho sé, no ho he fet mai. Que no és el mateix, però sí, les mateixes vibes, o ja no les fiestas de pijama, merda, no va dir res, ho he oblidat, però com aquestes vibes de les nenes juntes, no sé què, i a les meves amigues sí que ho feien, el meu grup d'amigues, actual, va ser a batxillerat, on ja potser no es feia tant, però abans de sortir, sempre quedaven per arreglar-se, i jo no. O sigui, com que sempre m'he sentit una mica exclosa d'això, otra vez lo mismo, però per aquesta manca de feminitat que potser tenia, o per aquesta vergonya d'estar entrant a la feminitat, però no sentir-me prou còmode, com les meves amigues, que potser ho han reproduït tota la vida, i era com "me maquillo en mi casa". Que també vaig ser en l'època loca, que era la que millor es maquillava perquè vaig dir ara vull ser femenina i de cop vaig... O sigui, jo era l'experta en això, jo què sé, eh? Però com que... Bueno, el que he dit ja està, no? S'ha entès.

01:10:27 Entrevistadora: Vale, i ara l'última tendència que us volia posar...

01:10:35 Participant 3: Ah! Literalment ho vam parlar ahir això.

01:10:59 Entrevistadora: La primera pregunta és, bàsicament, si sentiis que vosaltres, en aquests vídeos, teniu com la female gaze. O sigui, com que vosaltres veieu això i dieu vale esque el segon m'agrada molt més que el primer.

01:11:09 Totes: Sí, sí

01:11:29 Participant 1: De fet, abans, quan el tren de les amigues maquillar-se, per mi és com... Sí, doncs que jo em maquillo fent-me l'eyeliner, saps? Fins la cella. O sigui, el meu maquillatge és com aquest female gaze, per que jo he trobat tios, que de manera implícita m'han dit com... O sigui, un amic em va dir que si anava a un carnaval un dia que estava maquillada amb un eyeliner que literalment era el meu maquillatge de festa que sempre sortia amb el mateix maquillatge. O sigui, com que és com... Saps ridiculitzar allò que per ells no és atractiu quan realment jo sé que totes les meves amigues em deien que estava guapíssima, i a mi m'encantava. A mi m'encantava, o sigui, jo sí m'he sentit molt identificada amb això de... la female gaze és la que m'agrada, i me la pela el que diguen els tios.

01:12:17 Participant 2: No, que respecte a aquest vídeo m'ha recordat a l'adolescència quan sortíem de festa o el que sigui, a l'hora de triar la roba jo pensava... i m'avergonyeix de què pensava, però pensava... "Aquesta roba li agradarà més als nois". I em posava aquesta roba per molt que jo tingués un estil superrandom, otaku, de les mitges altes, però per sortir de festa em posava una roba que sabia que els agradaria més a la gent en comptes de més anar cap al meu estil. Llavors, si jo veig aquest vídeo potser sí que puc canviar més la meua mentalitat de, ei, realment mola més el teu propi estil, l'estil de... tia.

01:12:55 Participant 5: Ya, yo es que siempre lo he visto como des de la pena, la pena de la represión de decir en plan... tener que vestir para gustar a un hombre. Siempre me ha dado pena verlo.

01:13:03 Participant 2: És que sí, és que fa pena.

01:13:05 Participant 3: L'altre dia justament parlàvem amb la [participant 6] perquè una amiga seva va dir ah, i [participant 3] és molt guapa i vam estar parlant justament d'això, que al final hi ha com molt la bellesa cap a la dona o cap a l'home... qui escolti aquest àudio pensarà que soc una bollera con el pelo rapado pero bueno... Realment sóc molt femenina però com que sento que quan no ets tan normatiu, no tan normatiu, però els homes et miren com a objecte i reproduiré les paraules que va dir la [participant 4] ahir per la nit. Nosaltres veiem les coses maques, en plan, els homes les veuen com a objecte, tipus la seva amiga potser es va fixar amb que tinc la pell molt suau o en que que rizo más bonito me quedo ese día o que sonrisa, i un home sé que no em mira així i que es fixarà... potser pot dir, bueno, és guapa de cara perquè potser el meu cos no és tan normatiu i sento que una dona no té com aquesta mirada tan superficial del que és la bellesa.

01:14:05 Participant 5: Ve bonito.

01:14:07 Participant 3: Veu maco, ve bonito i no ve... cosificando. Doncs sento que aquest trend a mi m'ha ajudat moltíssim també per la meua orientació sexual. Lògicament, però si m'agraden les dones penso menys mal que les dones em veuen així. Exacte, que les dones poden apreciar com qui sóc sense haver de tota l'estona performar algo que no sóc. Doncs sento que aquests vídeos poden ajudar moltíssim, sobretot quan algú decideix una mica del que és la feminitat totalment hegemònica o la Cayetana o un poc aquest rol.

01:14:41 Participant 6: I que si analitzes els maquillatges el que li agrada a un home que és?, en plan... Vull dir, petit, en plan... innocent, discret... només natural.

01:14:49 Participant 5: bueno, això del "no makeup makeup". Que es un maquillatge que els homes es pensen que no m'he maquillat i porto tres hores al lavabo.

01:14:55 Participant 2: i amb això del maquillatge en la roba també es pot aplicar que naltres poden veure un detall oh m'agrada el fleco d'aquest jersei o el que sigui, en canvi els homes diran ostres, aquest top et fa unes tetes de puta mare. Saps? És diferent o et marca el cul o et marca tal. Es fixaran més en si et veus sexi o no, que aquest color quede bé amb la pell.

01:15:17 Participant 5: Com els vídeos comentaris de que nadie me pregunte de qué color es el top. Saps?

01:15:21 Participant 4: També jo això noto molt la diferència d'això que has dit abans de ses teves amigues de [poble d'origen]. A Mallorca i Barcelona, que jo quan vaig a Mallorca i surto a festa m'hi fico un top o un vestit que és molt de... doncs un que se me veuen molt ses tetes o un vestit que és curt i en canvi aquí, quan venen els meus amics de Mallorca m'ho diuen, em sap molt com canvis de roba i de sortir a festa, que la meua surto amb pantaló de tratje, que ara com que m'ha d'estar agradant molt amb un tipus... jaqueta americana... que senc que com que és una cosa aquí a Barcelona com que, no ho sé, tenc un tipus d'amigues concrets, sí que dirà "ai que guapo" o que bé que vas amb això però a Mallorca seria com "no, és com no pots anar amb aquest tipus d'estil tan personal", bueno personal, que no és tan com que no és típic tot del bershka, saps? Com una cosa així. però que jo mateixa m'adacui en base a la persona social que m'he trobaré, saps?

01:16:07 Participant 5: Yo voy al pueblo con la ropa que llevo aquí y siento que me mira todo el mundo, en plan "esta pava?"

01:16:11 Totes: sí, sí, sí, sí

01:16:13 Participant 1: ah no, totalment. nosaltres al poble, o sigui, jo com surto de festa aquí no aniré a les festes majors del meu poble

01:16:19 Participant 1: jo tinc roba de [poble d'origen] i roba barcelona

01:16:21 Participant 4: literal

01:16:23 Participant 3: però fins i tot trobo que aquests trends m'han ajudat a intentar allunyar-me una mica més d'això tipus de petita que, òbviament, no havia sortit del poble, sí que era molt més "quiero la mirada masculina" i ara, al saber que també puc agradar com

aquesta mirada femenina per tirar una mica més cap al trendm m'ha ajudat a, òbviament, segueixo performant en el meu poble però potser no tant, potser un dia voy en pantalón, una cosa que mai m'hagués pensat que faria i ara potser surto a [poble d'origen] i penso també puc anar guapa i crec que també és per això, perquè he entès que la bellesa no es redueix només a com em miren els homes i també crec que implica molt el col·lectiu d'on surto, el meu voltant, etcètera, que estic tan segura sempre així en el meu espai ara aquí a Barcelona que ja no m'importa tant com se'm jutgi a [poble d'origen]. o jo què sé, ara saben que m'agraden les dones i ja no sento la pressió d'haver d'agradar a un home perquè les meves amigues és com bueno, esta es lesbiana. ja no hi ha pressió per anar així. no sé com explicar-ho però, bueno.

01:17:27 Participant 4: a mi me fa molta gràcia porque as final asociem male gaze a poble i female gaze a ciutat, a alliberament social, sexual, saps? i tancar-nos, recluir-nos, homes, patrons de tota sa vida... a poble.

01:17:41 Participant 3: però perquè jo al poble sé que als homes no les agradaré o potser sí, i no poden acceptar-ho això ja és un altre tema però aquí sé que puc anar amb un pantaló i agradar-li un home igual... com un estil molt més "mirada para mujeres" y no para hombres i sé que puc igualment agradar un home, sento que ja no... que és com molt més estereotípic. doncs ja no és només al poble sinó això que sento que aquí...

01:18:09 Participant 3: o depende como del contexto, por ejemplo aquí a principio de curso nos llevo una de clase que es del PP a Blin Blin y de repente fue como "a ver que me pongo yo de mi armario para ir pija porque allí hay pijos". y como ir con el prejuicio este de "como me visto para ir a este sitio?". porque ya no es como vestirme más o menos elegante, es saber qué tipo de ropa me pongo para que sea como de este estilo.

01:18:33 Participant 2: jo tinc una amiga que anave a Blin Blin i que jo vaig dir... no havia anat mai a blin blin i li vaig dir "convida'm" i literalment me va dir es que no pots venir perquè tens un estil de roba que no et deixaran entrar

01:18:49 Participant: al meu poble em passa jo a la meva discoteca no puc entrar com surto aquí, literalment no em deixen, m'han tirat fora. els homes igual també, és com molt de d'esto. potser ens estem anant com un montón del tema

01:19:03 Entrevistadora: no passa res, de les tendències que jo us volia posar ja està, com que no en tinc més. no sé si voleu parlar d'alguna altra tendència que vosaltres creieu que està relacionada

01:19:11 Participant 2: jo sí, jo tinc una tendència que vaig veure i que jo dic, la vull parlar

01:19:15 Entrevistadora. ha fet els deures [riuen]

01:19:17 Participant 2: que no sé si l'heu vist mai la de run like a girl, corre com una noia, però no cap a la mirada de correr així malament. no, sinó cap a la mirada de noies corrent de violadors o de secuestradors a saco

01:19:35 Participant 6: QUÈ?

01:19:37 Participant 1: però és una peli eh, no és real

01:19:41 Participant 2: és una pel·lícula

01:19:43 Participant 5: empezó con la tontería, por ejemplo yo vi un video así de dos niñas con vestidos de princesas en el supermercado que dices guay, pero como que se está extrapolando y dices "ay carí".

01:19:51 Participant 3: doncs jo el vaig començar a veure aquest just en homes com burlant-se i d'aquí això ja fa bastant, no he vist el que tu has dit, però vaig veure de cop dones que eren corredores professionals "ok, run like a girl, cap problema"

01:20:07 Participant 2: doncs jo l'he vist en el factor de fugir de homes

01:20:09 Participant 3: ya me joderia

01:20:11 Participant 1: identificar-te amb això ja estic que és heavy perquè és com... i qui no se'n pot identificar, saps?

01:20:17 Participant 3: i un altre trend que no sé si s'ha parlat o si va relacionat però molt aquest, com el de I'm just a girl, que també l'he vist molt en cossificacions, no violacions però acoso, no sé què, que és com I'm just a girl de me cago en la puta, I'm a girl. que també s'ha extrapolat aquest trend de quina putada ser una dona perquè vosaltres no penseu en això però jo vaig pel carrer baixant-me la faldilla o preocupada per... com que també m'agrada que aquests trends puguin polititzar-se cap a lo negatiu de ser una dona i que també es faci veu, no és només que li pongo una tirita a mi coche, sinó que és que també sufro cada dia per ser mujer

01:20:53 Participant 2: també tinc un altre trend, de girl dinner [totes afirmen]. que és aigua i xiclets o dos cigarros. en plan les dones són les úniques que poden sopar una merda o no sopar

01:21:03 Participant 1: literalment, romantitzar tenir un TCA

01:21:07 Participant 2: sí, romantitzar TCA, literalment

01:21:11 Participant 4: o... loquette que m'ho vares mostrar aquella vegada, jo vaig flipar. o sigui, no coneixia això, coquette boja, però a partir d'això m'ha sortit un munt i és un trend.

01:21:21 Participant 1: el què?

01:21:23 Participant 3: loquette

01:21:25 Participant 6: no sé qué es

01:21:27 Participant 5: de coquette

01:21:29 Participant 2: coquette en loca

01:21:31 Participant 1: la part degenerada del coquette, doncs és el loquette.

01:21:33 Participant 4: era com una pastilla d'antidepressió amb un llacet. era visualment...

01:21:37 Participant 1: jo com a trend també volia parlar això de posar un llacet a coses i que directament passen a ser femenines. tipo un puto hamster [totes riuen], tipo un puto hamster plorant de com li poses un llacet al cap i aquell hamster és una tia plorant i és com que fa gràcia però que hi ha un punt de dir... ja tornem a allò mateix. lo normal és hamster masculí doncs llacet perquè llavors és el hamster femení i com tot aquest trend de com de ties amb dependència cap a les seves parelles o com no han aconseguit el que volen i el hamster plorant o el hamster amb el llacet

01:22:17 Participant 2: a aquest hamster el vaig veure en un tiktok a la part del darrere d'un cotxe amb l'I'm just a girl. i el hamster plorant vol dir que no sé conduir, per tant és una dona conduint.

01:22:25 Participant 1: sí exacte i és com això que naturalitzen com moltes coses que en realitat potser només ens estem expressant i ja està bé plorar per x temes. però és com clar "és que la meua nòvia no sap gestionar re, no sap fer tal" o "els nòvies ho hem de fer perquè si no tenim allà el hamster plorant"

01:22:47 Participant 5: a mi es que me hace gracia pero una persona, un pavo por ejemplo dice "es que más razón tengo"

01:22:51 Participant 2: clar és que depèn de la persona que ho mire. a naltres ens farà gràcia però un home que té uns ideals totalment diferents dirà... ja ja sí i ho potenciarà

01:22:59 Participant 3: jo tirant cap allò del comete un xicle o també ha sortit ara lo de almond mom, que és la típica madre que te dice "no te comas eso que eso engorda, comete un xicle mejor si tienes hambre", que estan normalitzant mares que... crec que... moltíssimes dones en aquesta mare

01:23:23 Participant 2: jo tinc aquesta mare

01:23:25 Totes: jo també [riuen]

01:23:27 Participant 3. tots tenim aquesta mare, tots no però... i és com que estem normalitzant la almond mom, i és com "buah, yo espero no hacerlo ja ja ja", no fa gràcia, no fa gràcia tenir aquesta mare i ja està bé fer broma de tot això. però trobo que a sobre indirectament s'estan donant tips que penso no... no cal donar aquest tip de comete dos almendres que se te quita el hambre, o fuma...

01:23:47 Participant 2. o aigua amb xia

01:23:51 Participant 1: aigua amb xia

01:23:53 Participant 2: l'aigua amb xia. jo vaig veure allà on treballava una noia amb aigua amb xia dient que ajude a aprimar que ho ha vist a TikTok

01:24:01 Participant 3: o una aigua amb llimona que és tan típica, és com "mi madre... mi mare sempre m'ha fet beure aigua amb llimona". ho entenc, però com a broma, clar, t'està traspasant un TCA la teva mare. que entenc el trend i al final el que fan és normalitzar com aquestes coses però trobo que hi ha alguns que són més preocupants que altres. com pot ser aquest perquè juguem amb la salut dels nens i que nosaltres ho hem viscut i és com "ja ja, mi madre" porque lo tengo superado o ho estic tractant. però és que també està la nena petita que ho mira i ho normalitza i no és per normalitzar, és per riure de "que putada, mi madre". i sento que això ho podem consumir nosaltres si hem fet una feina però que no ho pot consumir a tothom i a tiktok tothom té accés per consumir això

01:24:41 Participant 2: que ha afectat a les nenes petites, això està clar perquè treballo en el món de l'educació i jo m'he trobat moltes nenes de 7 anys dient que es veuen grasses, acomplexant-se del seu cos i totes disposen de mòbil, tiktok i totes m'han dit no, és que tiktok diu això, tiktok diu allò altre. o per exemple, simplement en el físic, no soc guapa perquè les noies que veig al tiktok són guapes. o veurem a mi preguntar-me, ets influencer? no sé què, tal, o com associar. com associar el tiktok amb bellesa, ideals... no sé, és com que ho distorsionen tot i que nenes de 7 anys es vegin grasses i lletges és molt greu

01:25:19 Participant 3: o el fer-te una foto i no veure't guapa i és com, clar, és que les influencers sí i no, és que són totes que ningú penja una foto malament i si no és literalment el trend de "soy esta pero también esta". o sigui no ho penjen de normal de "esto es parte de mi feed de instagram" sinó que és un post específic er mostrar-li a la gent que quan se sienta quizás tiene un michelín, i literalment es veu com està forçant, està ficant-se cap a baix

01:25:45 Participant 5: es que eso me da una rabia, la Sienna B per exemple, no sé si sabeis quien es... una pava que es bastante midsize, normal, midsize. Y se ponía ... yo al principio la veía y me sentia bien conmigo misma porque digo "joe, mi cuerpo es parecido al suyo" pero rollo que llegaba un punto que se ponía para sacarse michelines queriendo... que es como "no lo fuerzes" porque entonces es raro. lo forzaba tanto que entonces era como... lo estás haciendo raro.

01:26:13 Participant 3: just has dit això i està en el tren de yo soy midsize, i va començar sent midsize

01:26:19 Entrevistadora: la complexion media

01:26:21 Participant 3: això, la complexión media, que es girava i deies "bueno mira, me parezco mas, estaré mas o menos, pero mas o menos...". fins que va arribar el punt que eren putes nenes molt menudes que claro, que es como, amor es que no tens un cos desenvolupat, no saps el que és midsize i el trend que d'un inici a mi em va començar fent molt de bé per entendre que, joder, que no era un cos ni gras ni prim ni gras, que era midsize o com vulguem dir, ha acabat sent un trend que no vull veure, no vull consumir perquè m'està fent

sentir que jo ja no soc midsize quan al principi literalment me va ajudar molt, i sento que hi ha d'haver aquest tipus de contingut a Instagram perquè ajuda molt a no sentir-nos tan pressionats per estar primos... però és que fins i tot això...

01:26:59 Participant 5: pero es que tambien esta el hecho de adueñarte de eso hasta que llega el punto de que tu marca es eso, vendes eso. a mi lo que me molesta en parte es eso que en plan no es una persona con instagram, una influencer, sino una influencer midsize. y subo mis fotos es bikini con la tripa y ya está. que está genial pero hacer de eso tu marca me parece demasiado.

01:27:19 Participant 3: o sea, yo lo entiendo, però a mi em va molt bé sigo moltes persones que es denominen influencer midsize o body positive

01:27:25 Participant 5: sí, però el que em molesta, és que no sé com explicar-ho, me molesta cuando lo performan

01:27:29 Participant 4: com que no calgués anomenar-ho perquè fos una persona més que simplement...

01:27:31 Participant 5: simplemente no normalizarlo. esta bien y hay que reforzarlo al principio de decir "soy una persona midsize o plussize". pero no abusar de ello hasta un nivel que...

01:27:47 Participant 3: també sento que és el rol que agafen, igual que una influencer que fa cuina, sempre farà cuina perquè és el contingut que la seva gent busca

01:27:55 Participant 5: si pero... tu ets influencers slimsize?

01:27:59 Participant 3: és que totes ho són

01:28:01 Participant 6: ja però no és el mateix, és diferent

01:28:03 Participant 3: es necessita influencers que tinguin aquest nom perquè és el que jo necessito

01:28:07 Participant 4: clar, hauriem d'arribar a això però ara estem en aquesta fase

01:28:09 Participant 3: clar, si

01:28:11 Participant 5: pero me molesta que lo que tu eres sea... és ser midsize

01:28:15 Participant 1: perquè les influences primes són primes, pero són primes i a part fan una altra cosa

01:28:19 Participant 5: que no soc una influencer midsize que faci yoga, que soc una influencer midsize y punto. i sé 100% que hay que ponerle el nombre y darle visibilidad y hay que dar más chapa para llegar a la igualdad que todos queremos, pero, és que sí

01:28:35 Participant 3: entendo i jo crec que cada cop hi ha més influencers midsize... contingut que jo consumeixo que obviament el contingut principal és que és midsize... i és com

provar-me roba para mi cuerpo, voy a tiendas... però que ahora és el contingut que fan les altres "que me compro de Zara" doncs van elles i diuen "qué me entra del zara?". i fan un grwm, però és que òbviament ha de basar-se en això perquè es una discriminació que patim tota l'estona perquè no complim amb els estereotips. doncs, entenc que no ha de tenir com el nom de jo soc midsize però és que realment la seva vida està determinada tota l'estona per a estar grasa. doncs fins a quin punt no, sabes?, és igual que ser gay òbviament el teu contingut no serà això però es la teva base de vida

01:29:23 Participant 2: però sap greu el que diu ella, que una influencer que no és midsize serà sempre una influencer que fa això o fa allò altre, morning routine tal, tal, tal. en canvi una influencer midsize serà només midsize, quan realment podries una influencer normal i no té per què ni comés el seu cos, per sempre

01:29:39 Participant 5: y le mandaran productos de maquillaje, le enviaran productos de ropa de deporte o lo que sea para que se la pruebe y diga "esta ropa de deporte sirve para midsize". pero le mandaran un paquete a selenia gomez? a que no?

01:29:41 Participant 3: ja, ja, ja. també cada cop hi ha més influencers, no hi ha 10.000, però n'hi ha que són dones midsize que no basen el seu contingut en això i simplement són influencers i està molt bé però també trobo que hi ha d'haver una part política d'això perquè encara no estem en un punt de dir totes som iguals perquè no som. o sigui, entenc que molesti, a mi també. però trobo que és... a mi sincerament em va ajudar moltíssim sobretot a l'adolescència perquè a mi, que hi havia 3 [influencers] em va ajudar, com que m'enorgullece molt saber que gent més petita pot també tenir aquesta gent i és molt important buscar midsize i que te salga, com que també em sento que pot estar guai

01:30:31 Entrevistadora: molt bé, doncs si no volen parlar de res més literalment hem fet una hora i mitja que és com el que havíem de, bueno, havíem de fer el que tenia pensat que faríem i ja està moltes gràcies per participar al grup de discussió i si voleu quan acabi el treball i així doncs ja us ho enviaré segurament trobareu com petites cites anònimes com amb coses que heu dit aquí per tant si us fa il·lusió...