

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2024-2025

**ANTIPOSTUREO Y VALIDACIÓN SOCIAL EN LA ERA DE
BEREAL: LA AUTENTICIDAD COMO ESTRATEGIA DE
DIFERENCIACIÓN**

SARA HERNÁNDEZ CALVO

Tutor académico: Juan Carlos Monroy Jiménez

SEGOVIA, Junio de 2025

INDICE

RESUMEN	1
ABSTRACT	1
1. INTRODUCCIÓN	2
1.1. JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	2
1.2. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	3
1.3. METODOLOGÍA	3
1.3.1. Cuestionario Online	4
1.3.2. Entrevistas en Profundidad	4
2. MARCO TEÓRICO	5
2.1. IDENTIDAD DIGITAL Y SU EVOLUCIÓN EN REDES: LA CONSTRUCCIÓN DEL "YO" EN LA ERA DE LA PERFORMATIVIDAD CONSTANTE	5
2.2. EL FENÓMENO DEL POSTUREO Y SU EVOLUCIÓN: DE LA EXHIBICIÓN SUPERFICIAL A LA PERFORMATIVIDAD ESTRATÉGICA Y SUS CONSECUENCIAS	8
2.3. EL ANTIPOSTUREO. ¿AUTENTICIDAD O ESTRATEGIA?	9
2.4. VALIDACIÓN SOCIAL Y LA AUTENTICIDAD DIGITAL	11
2.5. BEREAL: LA PROMESA DE AUTENTICIDAD FRENTE A LA LÓGICA DE LA VALIDACIÓN SOCIAL	12
3. INVESTIGACIÓN	14
3.1. CONTEXTUALIZACIÓN: BEREAL COMO CASO DE ESTUDIO	14
3.2. RESULTADOS	19
3.2.1. Entrevistas	20
3.2.1.1. Entrevistas tipo A	20
3.2.1.2. Entrevistas tipo B	21
3.2.1.3. Comparativa	22
3.2.2. Cuestionario	24
3.3. ESTUDIO COMPARATIVO	25
3.4. APORTACIONES	28
4. CONCLUSIONES	29
5. BIBLIOGRAFÍA	31
6. ANEXOS	34
6.1. ENTREVISTAS	34
6.1.1 Entrevistas tipo A	34
6.1.2. Entrevistas tipo B	46
6.2. CUESTIONARIO	58

RESUMEN

Las redes sociales han ido transformado las interacciones sociales, así como la construcción de una identidad personal. Esto ha causado efectos como es el caso del postureo, caracterizado por ser la idealización de la autopresentación. Para responder a la creciente saturación de la perfección y la fatiga que ha creado en torno a las redes sociales, aparece una nueva tendencia que aboga por la espontaneidad y la “realidad sin filtros”.

Esta investigación se centra en la relación que hay entre la identidad digital, el postureo y el antipostureo principalmente, manteniendo como centro de estudio la plataforma BeReal y el uso de la misma por parte de la generación Z durante su crecimiento y evolución de desde su lanzamiento. Pudiendo analizar de esta manera si el antipostureo es realmente una búsqueda genuina de autenticidad y bienestar, o por el contrario, es una estrategia de performatividad y una búsqueda constante de validación social.

Palabras clave: identidad digital, postureo, antipostureo, validación social, BeReal, Generación Z, performatividad, tendencia

ABSTRACT

Social networks have transformed social interactions and also the construction of a personal identity. Causing effects such as posturing, characterised by the idealisation of self-presentation. To answer the growing saturation of perfection and the fatigue that has been created around social networks. A new trend is emerging that advocates spontaneity and "reality without filters". This research focuses on the relation between digital identity, posturing and anti-posturing, maintaining the BeReal platform as a centre of study and how its use by generation Z during its growth and evolution since it was launch. So we can analyse whether anti-posturing is really a genuine search for authenticity and well-being, or on the other side, it is a strategy of performativity and a constant search for social validation.

Keywords: digital identity, posturing, anti-posturing, social validation, BeReal, Generation Z, performativity, trend

1. Introducción

Las redes sociales han evolucionado con el tiempo y han ido transformado la manera en la que interactuamos así como la construcción de la propia identidad, dando lugar a complejas dinámicas de autopresentación dentro del ámbito digital. En este estudio se indaga el fenómeno del antipostureo centrándonos principalmente en el contexto específico de BeReal así como su evolución, permitiéndonos analizar de cerca si esta plataforma busca de manera genuina la autenticidad o si es simplemente nueva estrategia de validación.

1.1. Justificación y delimitación del objeto de estudio

La rápida integración de las redes sociales en la vida diaria de las personas ha cambiado significativamente la forma de construir nuestra identidad, esto ha contribuido en la aparición de fenómenos como es el postureo, y más recientemente la corriente del antipostureo. Su relevancia radica en comprender la profundidad de las dinámicas que sigue el usuario y los cambios continuos que estos provocan en el ámbito digital.

Como usuaria de BeReal desde su lanzamiento tengo un interés personal en este tema, ya que he podido observar como la plataforma en sus inicios se presentó como un sitio seguro, sin filtros y en contra del postureo prometiendo evadir la artificialidad, y como ha ido evolucionando con el paso de los años. El desarrollo del uso de la app y la conciencia del usuario me ha llevado a preguntarme si realmente mantiene esta promesa, la opinión de los usuarios y si se trata de nueva forma de estrategia.

La elección de BeReal como parte central de estudio radica en su diseño específico, que está diseñado para promover la espontaneidad así como su popularidad entre la generación Z, lo que hace que sea un gran proyecto para analizar las tensiones entre la autenticidad y la performatividad.

Es por eso que en esta investigación, me centraré en el fenómeno antipostureo en las redes sociales y como grupo principal de análisis será la Generación Z, debido al público objetivo al que va dirigido la app BeReal. Abordaré desde cómo perciben los usuarios la autenticidad del contenido subido a la plataforma, hasta sus propias motivaciones y

el impacto que la validación social tiene en este entorno digital específico. Para hacer esto, utilizaré un método de análisis mixto que combina la amplitud de la investigación cuantitativa y la profundidad de un estudio cualitativo.

El componente cuantitativo se realizará utilizando un cuestionario en línea diseñado para jóvenes de la Generación Z que usen diariamente las redes sociales, con especial interés en los que usan BeReal. Este método me permitirá recopilar datos a gran escala sobre hábitos de uso y conciencia de los propios usuarios de la autenticidad e importancia de la validación social en el entorno. Por otro lado, el componente cualitativo se centrará en una serie de entrevistas en profundidad de usuarios que hayan tenido descargada la app BeReal desde prácticamente sus inicios.

1.2. Objetivos de investigación

En este estudio, planeo abordar la complejidad del antipostureo y su relación con la validación social en las redes digitales.

Mi objetivo principal es analizar la percepción de autenticidad y realidad por parte de los usuarios así como el estudio de la situación actual de la validación social en relación al movimiento antipostureo en el ámbito digital, enfocado en el BeReal como un caso de estudio, para poder determinar si este fenómeno es una oposición a lo “real” o solo una reconfiguración de la performatividad. Para hacer esto, primero conceptualizaré lo que es el postureo y el antipostureo, y también indagaré en las motivaciones personales que impulsan a la Generación Z. Por último, con todo ello podré evaluar si BeReal cumple con su promesa de autenticidad y analizaré cómo se muestra la validación social dentro de esta plataforma.

1.3. Metodología

Para poder abordar los objetivos de esta investigación y tener así una comprensión integral del fenómeno de antipostureo en BeReal, se hará uso de una metodología mixta. La combinación de estos dos métodos, el cuantitativo y cualitativo no solo va a permitir identificar distintos patrones y tendencias, sino que también permite explorar percepciones y experiencias subjetivas de los usuarios con más profundidad.

La integración de ambos métodos permitirá ofrecer una visión más confiable y sofisticada en términos de autenticidad y como la percepción de su “realidad” ha evolucionado a lo largo del tiempo desde la perspectiva de sus usuarios.

1.3.1. Cuestionario online

Este cuestionario se va a realizar de manera estructurada y online, ya que se considera una herramienta efectiva para recopilar datos de una muestra grande y diversa.

El objetivo principal será la frecuencia cuantitativa del uso BeReal y otras redes, la percepción general de la autenticidad en estas plataformas, la importancia de los marcadores de validación social (me gusta, comentarios...), así como actitud hacia el movimiento postureo y antipostureo. Se Intentará medir la apariencia de algunos comportamientos y conciencia entre la Generación Z.

El cuestionario consta de seis partes principales que tendrán en cuenta los datos demográficos, modelos generales que utilizan redes sociales, conciencia sobre el postureo y el antipostureo, uso y experiencia en específico con BeReal y por último la validación social y bienestar psicológico. Para garantizar la coherencia, el cuestionario contiene preguntas cerradas (escala Likert para medir el nivel de acuerdo/desacuerdo, preguntas demográficas y preguntas de respuesta obligatoria).

Esta desarrollado cuidadosamente para minimizar el cambio de respuestas y los factores de contención que le permiten medir las principales variables determinadas en la estructura teórica (por ejemplo: "Siente la presión de mostrar una vida perfecta en las redes sociales" o “valora más las reacciones en BeReal o los “likes” en Instagram”) Se busca una muestra de alrededor de 150 participantes, siendo la difusión a través de plataformas online, contactos universitarios y puede cooperar con asociaciones juveniles.

1.3.2. Entrevistas en profundidad

Este factor cualitativo incluirá entrevistas en profundidad individuales de los usuarios de la Generación Z. Las entrevistas se dividirán en dos modelos, modelo A para los usuarios que hayan tenido BeReal desde los inicios y el modelo B para los usuarios que nunca hayan descargado la app. A pesar de ser dos modelos distintos, a su vez son semejantes,

ya que las preguntas de ambos están ligadas para poder hacer una comparativa de la percepción de los distintos usuarios y si estos realmente por el hecho de hacer uso de la aplicación tenían una percepción diferente de los conceptos o de la propia plataforma.

El objetivo principal de la entrevista es comprender las motivaciones de uso así como sus expectativas iniciales y cómo han evolucionado a las actuales, una de las cosas cruciales es ahondar en si la plataforma BeReal cumple su promesa de autenticidad, prestando una atención especial a cómo la percepción del usuario de la “realidad” ha ido evolucionando a lo largo del tiempo dentro de la app. Por ello, tengo un interés específico de encontrar para el modelo A a usuarios que hayan estado usando la plataforma durante un largo periodo de tiempo. Pero por el otro lado, quiero poder contrastar la percepción de usuarios que no hayan estado en la plataforma, por ello está el modelo B de entrevista.

Las entrevistas son semiestructuradas, lo que permitirá a los entrevistados tener una flexibilidad para seguir los temas de conversación emergentes y dar la opción de abordar otros temas relevantes. El guion se centra en la autopresentación del usuario en la red, el uso de filtros, la presión social, la comparación con otros, la importancia de las relaciones con los demás y la percepción de autenticidad. Para ello se han realizado 5 entrevistas individuales a usuarios activos de BeReal buscando una diversidad de perfil de participantes de entre 18 y 25 años. Por otro lado, se han realizado 5 entrevistas a usuarios que no han llegado a tener BeReal también con diversidad en el perfil de participantes con la misma franja de edad. Esto nos permitirá poder observar las diferencias o similitudes de opiniones y percepciones entre ambos usuarios, y ver si por el hecho de ser usuario de la app o no serlo te hace tener diferente perspectiva respecto a los otros.

2. Marco teórico

2.1. Identidad digital y su evolución en redes: La construcción del "Yo" en la era de la performatividad constante

Actualmente, la identidad ya no se considera algo determinado, pero se entiende como algo que cambia y se moldea continuamente. Zigmunt Bauman (2000), con su concepto modernidad líquida, da una visión imprescindible para poder entender esta transformación radical. Actualmente en nuestra sociedad, las estructuras que mantenían

la estabilidad y daban un sentido de pertenencia de manera duradera han desaparecido. Esta desaparición de las instituciones y de los propios lazos sociales ha ocasionado que la identidad ya no sea un tributo fijo, heredado o preestablecido, sino que declaró que la identidad es un proyecto en construcción y deconstrucción continua. La liquidez de la modernidad se puede apreciar en el ámbito digital, donde la constante creación de plataformas, la inmediatez de las interacciones e incluso la capacidad de mantenerse anónimo permiten que tengamos una gran capacidad de decisión en la autopresentación que queremos dar a la gente. Esta capacidad de poder modificar nuestra identidad, puede que ofrezca un grado de libertad y hueco a la experimentación, pero también genera sentimiento de inestabilidad, lo que puede derivar en una búsqueda de validación externa.

Sin embargo, la crítica de Bauman radica en su menor énfasis en las arquitecturas específicas de las plataformas digitales (algoritmos, métricas de engagement) moldean y acaparan esta liquidez. La liquidez, tiene un concepto más amplio que el que Bauman expone, ya que la liquidez no es solo una característica social, sino que también es una cualidad inducida, optimizada y monetizada a nivel tecnológico. Por lo que el “yo” digital se convierte en un dato para que pueda ser analizado y explotado. (Bauman, 2000)

Completando esta visión, Manuel Castells (2009) coloca la identidad como epicentro de la sociedad en la propia red, argumenta que las redes digitales reconfiguran las relaciones de poder y, por lo tanto, la propia conceptualización del sujeto. Él escribe que la identidad se negocia y construye, esto permite a las personas proyectar la imagen que desean y crear de esta manera sus propias narrativas personales. Esta construcción de la identidad está directamente asociada con la autopercepción, el cual es un proceso de reflexión en el cual los individuos juzgan su propia imagen a través de cómo creen que son percibidos por los demás. La capacidad de curar y gestionar la narrativa en línea ofrece un empoderamiento, pero a su vez, también la responsabilidad de mantener la coherencia entre el “yo digital” y el “yo offline”, lo cual se está convirtiendo en una tarea cada vez más desafiante (Castells 2009)

Se estudió las consecuencias e implicaciones psicológicas de la interacción continua con las herramientas digitales, sugiriendo que las redes sociales al proporcionar entornos en los cuales la autopresentación es maleable y retroalimentación inmediata, contribuyendo a la creación de “yoes” ideales, cuidadosamente optimizados para el consumo digital. La paradoja central del análisis es que, aunque la tecnología promete una conexión y

comprensión mutua, a menudo conduce a una forma de "soledad en compañía" (Turkle 2011).

Turkle (2011) describe el miedo es inherente a la tecnología o el propio síntoma de una cultura que ya valoraba la superficialidad y validaciones externas antes de digitalización, y que las redes simplemente amplifican. La nueva tendencia de "desintoxicación de redes" o "detox digital" es una respuesta directa a la fatiga que muchos usuarios sienten ante la continua presión por la búsqueda de una vida más "auténtica" fuera de la pantalla. Esta "fatiga digital" puede ser un catalizador para buscar otras manifestaciones de autopresentación en redes, como es el caso del antipostureo, que prometen un descanso de la evaluación y opinión constante.

La metáfora de Erwin Goffman (1959) en "La presentación del yo en la vida cotidiana" su escrito sobre las "fachadas" y "escenarios" es crucial. Describió a aquellas personas que actúan como "actores" representan esas "fachadas" que son expuestas a diferentes "escenarios" y a distintas "audiencias" en la vida cotidiana. Con el "colapso de contextos", donde múltiples audiencias (familiares, amigos, colegas, extraños, registro del destino) se fusionan en un mismo "escenario" digital. Esto obliga a los usuarios a pensar en estrategias complejas de autopresentación para satisfacer las expectativas de las diversas y a menudo contradictorias audiencias. La "Audiencia imaginada", es el público mentalmente construido por el usuario al que está orientando su contenido e influye en cada decisión (Marwick y Boyd, 2011). La limitación de Goffman (1959) reside en su enfoque único de la interacción cara a cara, ya que no pudo predecir la simultaneidad y la amplitud de las audiencias digitales.

Desde un punto de vista crítico, Christian Fuchs (2014) en "Social media: A critical introduction" y José Van Dijck (2013) en "The Culture of Connectivity" ofrecen marcos principales de la comprensión de las fuerzas estructurales de la identidad digital. Fuchs (2014) advirtió que aunque las plataformas digitales son espacio para la autoexpresión, su arquitectura y modelos de negocio están estrechamente sumergidos en lógicas de control, monetización y vigilancia. Por lo tanto, la identidad que es construida en estas plataformas por los usuarios está condicionada por los propios algoritmos, el engagement y las interacciones. Van Dijck (2013) explicó en detalle cómo las plataformas actúan como "arquitectos" de las interacciones sociales. Desde las opciones de privacidad hasta

las métricas de engagement, afectando directamente a la forma en que las personas se presentan, el contenido que valoran y la forma en que perciben su propio éxito social.

Ambos autores están de acuerdo y revelan cómo la "conectividad" es a menudo una forma de control algorítmico, que dirige la autopresentación hacia fines comerciales. Por lo que hay un equilibrio se forma entre la tecnología y la agencia humana, siendo esto crucial para entender si el antipostureo es una verdadera resistencia a la lógica o una adaptación estratégica de las nuevas reglas del juego de la performatividad digital.

Por lo tanto, se puede destacar que la identidad digital es un constructo multifacético, que es modelado por la liquidez social, dinámicas de poder y las propias arquitecturas de las plataformas. Mientras, la autopercepción surge en un delicado equilibrio entre el propio individuo, las presiones de performatividad y la búsqueda incesante de validación.

2.2. El fenómeno del postureo y su evolución: De la exhibición superficial a la performatividad estratégica y sus consecuencias

El postureo se ha convertido en una curación meticulosa y muchas veces exagerada de la autoimagen en las redes sociales. Este fenómeno es una manifestación de estrategias más amplias que sirven para dar visibilidad y reputación en el ecosistema digital, frente a la banalidad que pueda parecer en un inicio.

Su génesis está relacionado con el desarrollo de celebridades y publicidad personal. La producción de este tipo de contenido por parte de los usuarios ha hecho que se haya convertido en el día a día, ya que cada vez más la diferencia entre creador y consumidor se ha ido volviendo cada vez más borrosa. Alice E. Marwick (2013) dijo que las redes se han democratizado, dando así la posibilidad de lograr esa "celebridad" o "fama" a algunos usuarios, convirtiendo a estos en "marcas". Por ello, el postureo se ha convertido en un elemento esencial para la marca personal, ya que trata de buscar cada vez más relevancia y poder mejorar el estatus social. La esencia del postureo se basa en una curación y edición de contenido precisos para poder proyectar una narrativa idealizada. El proceso de "embellecimiento" digital no se trata solo de una cuestión estética, sino también una inversión en tiempo y de esfuerzo, que se traduce en reconocimiento, capacidad social y profesional (Marwick, 2013).

La importancia de las métricas de engagement ("likes", comentarios, compartidos, seguidores...) es crucial, ya que son una medida de refuerzos que validan la imagen y estimulan la continuidad del comportamiento performático. El debate principal se centra en si estas métricas son solo feedbacks o si se han convertido en la principal motivación para la autopresentación, redefiniendo el éxito personal. La limitación en los análisis iniciales del postureo es que a menudo no profundizan lo suficiente sobre el costo psicológico de esta presentación de uno mismo continua. Todo esto puede provocar ansiedad, miedo a no cumplir las expectativas y agotamiento emocional (Marwick, 2013).

Crystal Abidin (2016) en "Internet celebrity: Understanding fame online" profundiza en la complejidad de la autenticidad en el contexto de una celebridad digital. Abidin afirma que en el caso de las figuras públicas la autenticidad no es cualidad innata, sino que es una estrategia de actuación ejecutada de manera deliberada. Esto significa que comportamientos percibidos como "genuinos" en un inicio, como es la exhibición de vulnerabilidad, la espontaneidad o la vida "sin filtros", en realidad son elementos calculados dentro de una construcción de imagen personal. Por lo tanto, el postureo se desarrolla y evoluciona de una simple exhibición de perfección a una sofisticada y pensada performance donde la "sinceridad" se capitaliza para crear confianza, credibilidad y conexión (Abidin, 2016).

Investigación como la de Dumas et al. (2020) consolidan la idea de que manipular la autoimagen en las redes sociales es una reacción a la presión social sobre la aceptación y la pertenencia. Su análisis de "postureo" en el mundo online destaca el cumplimiento de las expectativas sociales y cómo conduce a una representación del "yo" que no siempre se alinea con la realidad.

En general, se puede decir que el postureo ha ido evolucionando, que ha pasado de una exhibición más ingenua a una altamente sofisticada, donde la autenticidad se vuelve un bien que es representado y compartido, aunque no necesariamente haya teniendo que ser vivido por el usuario. La presión para mantener esa imagen idealizada que se crea supone un costo psicológico significativo, abriendo la puerta para buscar opciones o alternativas que prometan una "salida" de esta espiral (Dumas et al., 2020).

2.3. El antipostureo. ¿Autenticidad o estrategia?

En respuesta al postureo y a las crecientes críticas sobre la falta de autenticidad percibida en las redes sociales debido a ello, ha emergido una nueva corriente, el antipostureo. Este movimiento se manifiesta en un esfuerzo por desmarcarse de presentaciones ideales, perfectas y demasiado editadas, abrazando la estética de la imperfección, la espontaneidad y la "realidad" sin filtros. Algunas plataformas como BeReal son el claro ejemplo de esta tendencia, pero el antipostureo también se observa al evaluar un contenido más auténtico, real e incluso mostrándose "descuidado" que va emergiendo en otras redes. Su promesa inicial era volver a lo genuino, sin presión a la edición ni a la publicación, buscando una relación más profunda y "humana" con la audiencia. Este movimiento se alimenta de la fatiga entre los usuarios que ven que la artificialidad y buscar la perfección como algo inalcanzable (Leaver, 2020).

Sin embargo, la pregunta principal de este fenómeno es si el antipostureo es una verdadera manifestación de la autenticidad, o por el contrario, simplemente se trata de una estrategia nueva y más sofisticada en busca de validación social. Fama Leaver (2020) plantea que la autenticidad en línea es paradójicamente una nueva forma de marketing personal. La estética sin filtros o naturalidad se convierten en una táctica intencional para distinguirse en un mercado donde acaparar la atención digital es complicado debido a la saturación que hay por una perfección inalcanzable. El valor cultural de la autenticidad es capitalizado para atraer la atención. Leaver al igual que Abidin, sugiere que el antipostureo no elimina la performatividad, pero redefine sus reglas, haciendo que la "verdad" se convierta en un nuevo ideal para exponerse y capitalizar.

El estudio de Meredith Salisbury y Jefferson D. Pooley (2017) sobre el "self #NoFilter" en sí es necesario para el contexto. Su investigación muestra como la autenticidad ha sido una constante en el discurso promocional en las redes sociales desde sus inicios, de hecho, las nuevas plataformas están claramente definidas a favor de la autenticidad o en contra de la artificialidad. La tendencia cíclica que exponen muestra que la promesa de autenticidad es un motor de renovación recurrente en la industria de la tecnología. La investigación de Salisbury y Pooley era estable en su análisis histórico, pero no podía predecir la complejidad de nuevas plataformas que han ido apareciendo, como en el caso de BeReal donde lleva esta retórica hasta el extremo. Dejando sin responder la pregunta sobre si el límite de la performance de la autenticidad ha sido ya alcanzado y la propia autenticidad puede normalizarse como la perfección que pretende reemplazar.

Marwick y Boyd (2011) ya habían anticipado que había incluso los usuarios que buscan "tuitear honestamente" habían utilizado el técnicas de gestión de la audiencia. Esto significa que encontrar la autenticidad percibida no exime a los usuarios de adaptar su presentación en redes a la audiencia imaginada.

Por lo tanto, el antipostureo, aunque nace de críticas legítimas y parece una ruptura con el pasado, podría estar arraigado profundamente en la misma lógica de la validación social, utilizando "autenticidad" como un nuevo capital cultural, siendo una simple reacción adaptativa a las expectativas de la audiencia, que aprecian más honestidad. Un frente de debate adicional se centra en la comercialización de esta nueva tendencia, en donde las marcas y los creadores de contenido adoptan esta estética donde parecen más genuinos.

2.4. Validación social y la autenticidad digital

La búsqueda de la validación social es un impulso psicológico fundamental, ha sido estrictamente configurado y fortalecido por la omnipresencia de las redes sociales. La teoría de la comparación social de Leon Festinger (1954) argumenta que las personas evalúan sus opiniones y habilidades, y en ausencia de criterios objetivos propios, no tienen más remedio que recurrir a compararse con otros. En las redes sociales, esta tendencia se magnifica y esto tiende a crear ciclos de autoevaluación, envidia y una intensa necesidad de aprobación externa. Estudios como el de Chou y Edge (2012) demostraron el impacto de la exposición a una vida idealizada podía conducir a sentimientos de envidia y disminución del bienestar subjetivo. Alimentando esa necesidad de validación para contrarrestar esas percepciones negativas. La limitación de esta teoría de Festinger es su aplicación en el entorno digital, debido a que la teoría se construye antes de la existencia de indicadores cuantitativos, como los "likes". Aunque el método en el que la medición de la validación ha evolucionado rápidamente, ha ido añadiendo una capa más de complejidad que la teoría inicial no puede considerar completamente. La cuantificación de la aprobación social a través de métricas digitales agrega una dimensión de visión y competencia que el Festinger no pudo esperar, transformando la comparación en una competición por el engagement y la atención.

Robert Cialdini (2007) identifica el principio de la prueba social como uno de los seis factores universales de influencia humana. Donde las personas piensan que una acción es

más correcta si se dan cuenta de que es realizada por muchas personas, especialmente si los consideran un estatus similar o más alto. En el ecosistema digital, las pruebas sociales se llevan a cabo en métricas de engagement ("likes", comentarios, seguidores, compartidos...) que validan el contenido y, a su vez, refuerzan el comportamiento de crearlos, creando un ciclo infinito de respuesta en el que la búsqueda de aprobación se convierte en un fin en sí mismo. Esta dependencia de la retroalimentación externa puede tener consecuencias psicológicas significativas, como señala Larry Rosen (2012) en "iDisorder", en donde expone como la valía personal puede quedar condicionada a la validación online, afectando la salud mental y la capacidad de pensar auténticamente e independientemente. Rosen argumenta los "likes" y comentarios proporcionaban un sistema inmediato de recompensa a través de la satisfacción, debido a que activa el sistema de recompensa del cerebro, creando una validación externa.

La autenticidad digital en este entramado de validación y comparación, nace como un ideal paradójico. Aunque se intenta optar por la "honestidad" y el "yo sin filtros", la arquitectura de las redes y la inevitable necesidad de validación convierten este deseo en una estrategia compleja. La espontaneidad, la vulnerabilidad e incluso la imperfección llegan a ser elementos seleccionados muy cuidadosamente y son presentados a los usuarios de manera que les permita transmitir una imagen percibida como auténtica. La presión para mostrar una "realidad" atractiva lleva a que el antipostureo se convierta en una técnica avanzada para obtener reconocimiento. Como resultado, la autenticidad se erige como un juego sobre lo genuino que se ve difuminado constantemente (Larry Rosen, 2012).

2.5. BeReal: La promesa de autenticidad frente a la lógica de la validación social

En los últimos años, una tendencia emergente ha aparecido en las redes sociales, tratando de volverse más natural y realista. La aparición de BeReal es un momento significativo en la búsqueda de autenticidad y una reacción directa al postureo, tratando a su vez el dominio de plataformas como Instagram y TikTok. BeReal nació siendo una propuesta inicial para crear una experiencia más auténtica sin filtros, y se catalogó como el "anti-Instagram", invitando a los usuarios a compartir un momento espontaneidad de su día, capturando de manera simultánea con la cámara frontal y trasera, en un lapso máximo de dos minutos tras recibir una notificación diaria (Neufeld-Wall, 2023; Li, 2023). Su diseño tiene como objetivo combatir la performatividad calculada y la ansiedad por la perfección

que Christian Fuchs (2014) y José Van Dijck (2013) criticaban. La plataforma promete un espacio en el que la identidad digital puede ser más honesta y sujeta a menos presión de validación externa. Una de sus finalidades era terminar con las herramientas de edición y control que se utilizaban durante el proceso de publicación, lo que fuerza a una mayor "realidad" y se reduciría la presión social (Neufeld-Wall, 2023).

Sin embargo, el problema básico de BeReal es si realmente logra desvincularse de la lógica de la validación social y performatividad o si por el contrario, se reproduce y redefine bajo una nueva estética. R.E. Hawley (2022) argumenta que la supuesta espontaneidad de esta app puede ser una "ilusión de autenticidad" porque, aunque tiene una limitación de edición y de tiempo, los usuarios aún se sumergen en un juego de autopresentación, en el que la "imperfección" y "naturalidad" se convierten en una nueva forma de pose (Hawley, 2022). Este análisis resuena con la perspectiva de Tama Leaver (2020), que indica que la autenticidad puede ser una estrategia de branding personal. La crítica de Hawley todavía está presente debido a la exposición de los demás en BeReal sigue generando comparaciones y el "miedo a perderse algo" (FOMO) (Hawley, 2022).

El estudio fue realizado por Maya Elizabeth Neufeld-Wall (2023) da un valioso punto de vista experimental para complementar la crítica teórica. Estudia si los usuarios se sienten más cómodos con su identidad digital en BeReal en comparación con otras redes. Su conclusión ayuda a comprender la brecha entre la intención de la plataforma y la experiencia real del usuario. La validación social, arraigada en la Teoría del Comparador Social de Festinger (Festinger, 1954) y el principio prueba social de Cialdini (2007) persiste. Neufeld-Wall tiene como fortaleza su base empírica, pero deja el desarrollo y evolución de las estrategias de "autopresentación auténtica" a medida que la plataforma evoluciona y madura, y los desafíos que esta enfrenta para mantener su promesa original.

Mandi Lee (2023) en su análisis de cómo BeReal desafía los conceptos de almacenamiento tradicionales, proporcionando una visión adicional de la filosofía de diseño de la plataforma. Destaca como epicentro de la app la naturaleza efímera del contenido, debido a que esto fomenta una experiencia "en el momento" y menos preocupada por el futuro. Sin embargo, esta efimeridad no radica la performatividad, sino que la "no-edición" se termina convirtiendo en una nueva forma de "edición", en la que la espontaneidad es el valor a exhibir, lo que se alinea con la idea de autenticidad de Adibin (2016).

3. Investigación

3.1. Contextualización: BeReal como caso de estudio

La trayectoria de BeReal empieza cuando emerge como una aplicación de redes sociales que empezó a destacar por tener un enfoque que otras plataformas del momento no tenían, la autenticidad y la espontaneidad. Permitiendo a la app abrirse un camino desde su lanzamiento. BeReal fue creada en 2019 por dos franceses, Alexis Barreyat y Kévin Perreau, estos fueron los que lanzaron al público más tarde en 2020 de manera oficial la plataforma BeReal. Con el propósito fijo de poder proporcionar una alternativa a ese contenido tan elaborado y editado que acaparaba otras plataformas sociales como Instagram o TikTok.

El principal objetivo que tenían era sencillo, pero también ambicioso, se centraba en animar a los usuarios a publicar momentos auténticos de su vida diaria, dejando de lado los filtros y las ediciones, evitando de esta manera la presión de mostrar una imagen idealizada. BeReal surgió como una respuesta directa al cansancio provocado por la constante performance en otras redes. Ofreciendo un espacio para que el "yo real" pudiera tener su espacio. La clave de su innovación consistía en una notificación diaria y aleatoria que incitaba a los usuarios a publicar una foto dual (usando las cámaras frontal y trasera simultáneamente) en un plazo de dos minutos, característica que buscaba eliminar la posibilidad de preparación y edición excesiva. La aplicación tenía como principal público objetivo a la Generación Z, con la que buscaba conectar con esas personas que quisieran una interacción más natural y menos perfeccionista.

Lanzamiento y primeras funcionalidades (2020-2022)

BeReal tuvo su lanzamiento en 2020 aunque fue a inicios del 2021 cuando empezó a ganar de manera notable usuarios. Su crecimiento estuvo en constante auge y alcanzó su punto álgido en 2022. La propuesta que promovía de “anti red social” le llegó a su público objetivo (la Generación Z), la cual deseaba poder estar libre de la presión por la perfección. Siendo las principales características de la plataforma las siguientes:

Notificación diaria aleatoria (Time to BeReal): Durante esta etapa de crecimiento, BeReal mantuvo su simplicidad. Su notificación diaria aleatoria, conocida como “Time to BeReal”, era la cual avisaba a los usuarios para que publicasen en un lapso máximo de

dos minutos. La notificación se emitía cada día en un momento distinto para añadir el toque de espontaneidad y pillar a los usuarios en distintos momentos de su día. Permitiendo subir un breve pie de foto junto con la foto (Cure Media, n.d.).

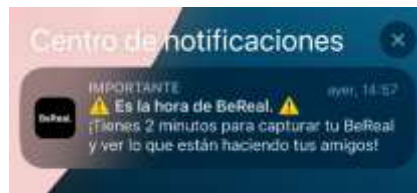


Imagen 1: “Notificación de BeReal” Fuente: Elaboración propia

Captura de doble cámara: La otra gran función que la destacaba frente a otras plataformas era su captura de doble cámara, la cual obligaba a los usuarios en el momento de la foto de BeReal a capturar una imagen de ese momento tanto desde la cámara frontal como la trasera simultáneamente, mostrando de esta manera todo el entorno y fomentando de esta manera la naturalidad (Cure Media, n.d.).



Imagen 2: “Captura de doble cámara en BeReal” Fuente: Elaboración propia

RealMojis: Los RealMojis se tratan de una manera de responder a las publicaciones de sus amigos a través de un selfie que refleja su estado de ánimo, siendo una manera original de reaccionar en sustitución a un simple emoji.

Memories: En este apartado los usuarios podían acceder a los BeReals pasados que se almacenaban de manera automática facilitando un diario visual personal al usuario (Cure Media, n.d.).



Imagen 3: “Vista de la sección de Memories en BeReal” Fuente: Elaboración propia

Discovery: Desde sus inicios la app tuvo su sección “Discovery” donde se podía compartir el contenido a un público más amplio. Permitiendo a los usuarios las dos versiones. La primera, se trataba de compartir solo el contenido con los usuarios que te hubieran solicitado amistad y tu hubieras aceptado. Por otro lado, la sección abierta, la cual podías compartir tu contenido llegando a más personas.

Publicaciones tardías (“Late BeReals”): La propia plataforma permitía a los usuarios publicar aunque hubieran excedido los dos minutos de “Time to BeReal”, aunque informaban al resto de las personas cuánto tiempo había pasado desde la hora original en la que deberías haberlo subido. Así como también aparecía la cantidad de intentos que se hicieron antes de que publicasen el BeReal definitivo, reforzando de esta manera el compromiso de los usuarios con la espontaneidad (Cure Media, n.d.).



Imagen 4: “Publicación de BeReal con el numero repeticiones (1)” Fuente: Elaboración propia

En octubre de 2022 la plataforma alcanzó su mayor popularidad hasta ese momento, con aproximadamente 20 millones de usuarios activos y 73.5 millones de usuarios mensuales a nivel mundial. Por esto mismo, fue premiado con el galardón de “App del año” en los

Apple's App Store Awards en 2022. La aplicación se convirtió dentro de España en un mercado clave, ya que acumuló alrededor de 731.000 descargas durante su auge, posicionándolo como el cuarto país con más descargas iniciales, demostrando la gran aceptación que tuvo por parte de los españoles (Helplama n.d.).

Declive, adaptación y adquisición (Finales 2022-Actualidad)

Después de alcanzar su momento más álgido en 2022, BeReal experimentó una desaceleración y empezó a notar un descenso de sus usuarios activos diarios y mensuales. (Petapixel, 2023).

Para febrero de 2023 ya había experimentado una disminución a 10.4 millones de usuarios diarios y para marzo de 2023 la cifra descendió a 6 millones (Appic Softwares, 2023)

Esta bajada de demanda se atribuyó a diversos factores, entre ellas incluyendo la copia de su “gimmick” por parte de algunos de sus competidores (como Instagram con “Candid Stories”) y una posible fatiga de realismo entre los usuarios, ya que podrían encontrar el contenido demasiado convencional o sentían demasiadas presiones por ser “auténticamente interesante” (Hawley, 2022). El principal problema que proponían era la limitada oferta de contenido continuo a diferencia de las otras plataformas. (PetaPixel, 2023)

Para poder hacer frente a todos estos dilemas y con el objetivo final de reavivar el interés, BeReal comenzó a incluir nuevas funcionalidades, marcando así el inicio de su etapa de adaptación y evolución. Las funciones nuevas que implementaron fueron las siguientes.

Bonus BeReal: Puesto en funcionamiento en abril de 2023, esta función permitía a los usuarios publicar dos BeReals adicionales en el día siempre cuando hubieran publicado el primero a tiempo, abriendo así la oportunidad de interacción diaria. (Contrary Research, 2025).

Racha o “Streaks”: Cuando llevas más de cinco días consecutivos subiendo fotos, empiezas a acumular lo que llaman “racha” la cual te va contabilizando la cantidad de días consecutivos sin fallar ninguno que subes tu foto a BeReal. (Bereal, n.d.)



Imagen 5: “Racha de ocho días en BeReal” Fuente: Elaboración propia

Integración de música: Entre abril y mayo de 2023, se lanzó la posibilidad de compartir la canción que se estaba escuchando en Spotify o Apple Music en el momento de la publicación, poniendo así otro grano en el movimiento “real” de la app (9toMac, 2023; Kill the DJ, 2024).

”Friends of Friends”: En agosto de 2023 “Discovery” fue remplazado por una nueva función, el “Friends of friends”, el cual permitía a los usuarios permitir que sus publicaciones fuesen vistas por los amigos de sus amigos, expandiendo de esta manera el alcance de la interacción era de una manera más controlada que con “Discovery” (Contrary Research, 2025).

Your RealPeople y RealBrands: Para enero de 2024 introdujeron estos dos nuevos conceptos, los cuales se utilizaban para denominar las cuentas oficiales de celebridades y marcas, permitiendo la entrada a parte de este contenido curado que esta “evitando” en el ecosistema de la app (ZDNET, 2024)

Repost de BeReals: Más tarde se implementó la posibilidad a los usuarios de subir un BeReal de sus amigos donde había sido etiquetado previamente, permitiendo a usuarios compartir contenido donde aparecían aunque no hubieran sido ellos los creadores originales.

RealChat: Por último se incorporó un chat dentro de la plataforma para facilitar la comunicación directa entre amigos, un paso más cerca hacia la socialización convencional que hay en otras apps.

No existe una evidencia clara de que la razón por la que implementaron estas nuevas funcionalidades fuera la bajada de usuarios. Pero se puede observar claramente una fase de adaptación estratégica, donde la introducción de estas funcionalidades parece la respuesta natural en un mercado competitivo. Debido a que la aplicación busco generar engagement y diversificar para poder mantener el interés de los usuarios ya existentes y atraer nuevos.

En julio de 2024, BeReal fue adquirida por la empresa francesa Voodoo, la cual es una gran corporación en el mundo de los videojuegos móviles y aplicaciones, por 500 millones de euros (Online Optimism, 2025; Voodoo, 2024). La adquisición la realizaron posiblemente con la intención de renovar y explorar nuevas vías de monetización sin comprometer la esencia original de la misma.

Estado actual (2025)

En marzo de 2025 BeReal reporta aproximadamente 16 millones de usuarios activos mensuales a nivel global, si bien es una cifra considerable, sigue siendo una cifra baja comprada con su pico más álgido en 2022 (Online Optimism, 2025). En España se ha seguido la tendencia global de estabilización o ligero descenso a nivel de usuarios. Sin un repunte notable en los últimos meses. Por ahora, la plataforma se encuentra en una fase de redefinición bajo la dirección de Voodoo, la cual busca impulsar su crecimiento y rentabilidad, al mismo tiempo que intenta preservar su propuesta de valor (la autenticidad). Un cambio fundamental en esta fase es la reciente implementación de manera oficial de publicidad nativa en su plataforma desde abril de 2025 (BeReal, 2025; Mindshare, 2025), contradiciendo su postura original a no tener anuncios. Aunque desde BeReal afirman que sus formatos publicitarios están diseñados para integrarse en la experiencia del usuario, mediante in-feed dirigidos y “takeovers” exclusivos de un día completo (BeReal, 2025). El futuro de BeReal dependerá de cómo mantenga el equilibrio entre su ideal de espontaneidad sin filtros y sus pretensiones de crecimiento y monetización.

3.2. Resultados

A continuación se van a presentar los resultados recogidos a través de las dos metodologías principales de investigación que mencionamos y explicamos previamente.

3.2.1. Entrevistas

3.2.1.1. Entrevistas tipo A

En esta subsección, se van a presentar los resultados obtenidos en las entrevistas a personas que han tenido BeReal desde sus inicios, siendo entrevistados 5 usuarios con diferentes perfiles. (Anexo 6.1.1.)

La relación que tienen estos usuarios con las redes sociales tradicionales es variada. Algunos de ellos creen que están activamente involucrados en la creación de contenido en las redes sociales para poder crear recuerdos, otros en cambio a pesar de dedicar parte de su tiempo diario a las redes sociales comentan que quieren minimizar el uso de las mismas, hay quien incluso comenta que ha tomado la decisión de desinstalar aplicación. Pero en cuestión de cuales su percepción sobre la autenticidad que ellos mismos observan en las redes sociales, en general opinan que es baja ya que muchas veces son contenidos muy idealizados y a veces incluso con intención de presumir.

El concepto de “postureo” es definido de manera reiterada por los entrevistados como la acción de aparentar una vida perfecta, exigir privilegios o mostrar solamente lo que se considera socialmente aceptable. Por otro lado, asocian el término “antipostureo” con la naturalidad, la falta de necesidad de preocuparse de que todo sea perfecto y la versión “real” de una persona. Más tarde, la mayoría perciben que el antipostureo se ha convertido en una forma nueva de validación social o movimiento que sustituye el postureo, no siendo tanto la búsqueda de la autenticidad, ya que consideran que mucha gente aprovecha esta tendencia como una nueva estrategia para atraer a los usuarios.

La experiencia de los usuarios con BeReal deja al descubierto una evolución del uso y la percepción de la misma. La mayoría de la gente decidió instalarse por primera vez esta aplicación debido a alguien de su círculo cercano, siendo su atracción principal en la promesa de autenticidad y espontaneidad que ofrecía. Hay varios cambios significativos por parte de los usuarios que destacan como es la introducción del “Bonus BeReal” y la posibilidad que ofrecen de etiquetar a otros usuarios y resumir sus fotos. La implementación de la publicidad tiene un impacto significativo que alteró la experiencia original de los usuarios. Por último, el último cambio mencionado reiteradamente es el

“Recap” anual de fotos, el cual les permitía tener un resumen de fotos al alcance de la mano.

De manera general los usuarios coinciden diciendo que BeReal ya no es tan “real” ni tan anti-Instagram como promovía en sus inicios, ya que su evolución e implementación de algunas funcionalidades hace que se aleje de su esencia original y siendo cada vez más similar a las otras redes sociales. El uso que los usuarios le dan a la plataforma ha ido evolucionando al igual que la propia app, donde se puede observar una disminución de la frecuencia de uso e incluso abandono detectada en parte por un “efecto dominó”, ya que la falta de publicación de los amigos ha llevado a los usuarios a un menor uso personal. Está claro que hay usuarios que se mantienen activos e incluso destacan que se ha recuperado parte de la espontaneidad tras el descenso general de uso por parte de los usuarios. Si hablamos de la espontaneidad de publicación, esta ha disminuido notablemente, ya que algunos admiten publicar cuando les considera más conveniente incluso en algunos casos esperando a un momento más interesante del día, declarando que se hacía para poder guardar la foto como recuerdo. Esto confirma la declaración de los mismos exponiendo a la sensación de falta de autenticidad que perciben con los “Late BeReals”.

Por último, los entrevistados reconocen que hay una relación complicada entre la autenticidad que se busca en BeReal y la validación social. Coinciden en su mayoría afirmando que la validación está menos presente en BeReal que en otras plataformas aunque no la descartan por completo, pero supone una menor presión para el usuario el uso de esta aplicación que otras.

3.2.1.2. Entrevistas tipo B

En esta otra subsección se van a presentar las entrevistas realizadas a personas que no son usuarios de BeReal, permitiendo obtener una perspectiva externa (Anexo 6.1.2).

La mayoría de estas personas que no son usuarios de BeReal tienen una relación ambivalente con las redes sociales. Se nota que tienen una desconexión del tiempo que dedican al mundo online. El querer desconectar es una constante en sus entrevistas, lo que expone en parte la fatiga por la exposición y la performatividad constante. Existe un

consenso sobre la falsedad que se encuentran en los contenidos de las redes sociales, y como la edición y preparación de las publicaciones para proyectar esa imagen idealizada es cuestionada.

El postureo lo definen como la imagen irreal que las personas crean en redes sociales sobre sí mismos, con la finalidad de obtener atención o validación social. Por el contrario, el antipostureo lo perciben como un movimiento más natural, sin embargo la mitad de los entrevistados comenta que podría simplemente ser una nueva manera de obtener validación, ya que esta naturalidad puede seguir teniendo una planificación detrás.

Todos los entrevistados conocían BeReal debido a su círculo de personas cercanas, pero sus opiniones sobre si la plataforma cumple su promesa de ser real son diversas, algunos creen que sí pero otros son más críticos debido sobre todo a las nuevas funcionalidades que han ido añadiendo. Por ello ven complicada la relación de la “autenticidad” de la app con el concepto de validación social, ya que aunque se promueva la autenticidad, los entrevistados exponen que la aprobación sigue estando presente por eso algunas personas se espera a publicar para mostrar momentos interesantes de su día.

Las principales razones por las que se negaron a usar BeReal es la aversión general que tienen a las notificaciones que te aparecen diariamente en el móvil para subir el BeReal a tiempo y la dependencia que esto causa. En general no creen que sea una solución a los problemas de las redes sociales tradicionales, pero no creen que genere nuevos problemas a excepción de la alerta de notificaciones constantes que se reciben. Por todo esto, se muestran reacios a probar la app en un futuro, a excepción de algunos que sí afirman que una motivación para descargarla es si un círculo cercano de amigos la utilizara, esto destaca la importancia del componente social.

3.2.1.3. Comparativa

Vamos a realizar un análisis comparativo entre los resultados obtenidos en las entrevistas modelo A y las entrevistas modelo B, buscando similitudes y diferencias.

Similitudes:

- Definición de postureo: los dos grupos entrevistados comparten la misma percepción del concepto “postureo” como una acción que se realiza en redes

sociales y que busca presentar una imagen idealizada e irreal, buscando impresionar o llamar la atención. Lo cual asocia con la falta de autenticidad.

- Declive de la popularidad de BeReal: tanto los usuarios activos como los que no son usuarios perciben la disminución que ha tenido la plataforma después de su popularidad inicial.
- Persistencia de la validación social: En ambos casos coinciden diciendo que a pesar de la originalidad del concepto inicial de BeReal los usuarios de la aplicación siguen viéndose influenciados por la validación social, ya que no está totalmente desaparecida de la plataforma. Aunque se perciba de manera diferente a los “Likes tradicionales” esa necesidad de aprobación sigue estando presente.
- Ambigüedad del antipostureo: en todo momento ambos grupos muestran un escepticismo sobre la autenticidad pura del antipostureo. Ya que muchos perciben este concepto como una nueva forma de estrategia, donde la naturalidad pasa a ser algo planificado.

Diferencias:

La percepción de la “realidad” de BeReal y su promesa “anti-Instagram”:

- Usuarios de BeReal: en general tienen una visión más crítica. Su experiencia y contacto directo con la app les ha llevado a declarar que BeReal ya no era tan “real” como en sus inicios. Atribuyendo la mayoría de la culpa a las nuevas funcionalidades, considerando que la alejan de su esencia original, y acercándose más a las otras redes sociales por la preparación de las publicaciones.
- No-usuarios de BeReal: tienen una visión más idealizada de la app, creen que la plataforma es más “real” si lo comparamos con las opiniones de los que si son usuarios. Se justifican diciendo que esto se debe a que no se pueden modificar las publicaciones con filtros o ediciones. La falta de exposición a los cambios internos que ha sufrido la app, les da una visión más pura del concepto original que tenía BeReal.

Motivaciones para instalarse o no BeReal:

- Usuarios de BeReal: su motivación central fue la promesa de autenticidad y espontaneidad que pusieron sobre la mesa. Sin embargo, su abandono se debe a la fatiga por las notificaciones así como la disminución de la autenticidad debido a las nuevas funcionalidades pero principalmente fue ese “efecto dominó” la razón de dejar de usar.

- No-usuarios de BeReal: tuvieron una aversión a la dependencia que las notificaciones diarias causaban y su percepción de que no les aportaba nada adicional a las redes que tenían ya descargadas, por ello decidieron que no se la querían instalar. Por lo que se puede ver, sus razones para no unirse son a menudo una anticipación de los problemas que los usuarios activos terminan experimentando

Impacto en la percepción: el hecho de no haber participado activamente en la app, les da a los no-usuarios de BeReal otra percepción, una visión más estática de BeReal, más asociada al concepto original que promovían. No han sido testigos de la evolución que ha experimentado la app a nivel funcional, ni del cambio de hábitos de los usuarios de la plataforma. Esto lleva a una doble perspectiva, por un lado idealizan la autenticidad de las publicaciones que hacen los usuarios activos y por el otro les permite evaluar la app desde un punto de vista más limpia debido a su punto de vista externo en caso de que se introdujeran en el mundo de BeReal

3.2.2. Cuestionario

En los resultados recogidos derivados del cuestionarios online realizado finalmente a 120 personas se compone de jóvenes de la Generación Z. (Anexo 6.2)

La mayoría de las personas que respondieron el cuestionario fueron entre 21-23 años con un porcentaje mayor participación por el público femenino y se puede ver alto uso de las redes sociales durante el día.

En relación con el postureo y antipostureo, los resultados muestran como la mayoría de los participantes (casi el 90%) está de acuerdo que las redes sociales tradicionales como son Instagram o TikTok están altamente idealizadas, y esto se puede ver que afecta a su propia publicación de contenidos, ya que alrededor del 71% de los encuestados dedica tiempo a editar el contenido que sube a redes debido a esta necesidad de mostrar una vida “perfecta”. Sus percepciones sobre el antipostureo por otro lado son más complejas debido a que algo más de la mitad de los participantes (65%) considera que sí que es un nuevo movimiento genuino en contra de la superficialidad que hay en las redes frente al 48% que lo interpreta simplemente como una tendencia en busca de la validación externa en estas plataformas. Por lo que podemos ver, que si bien hay un anhelo por parte de los

usuarios por la autenticidad, la lógica sigue dictando parte de esa oposición al movimiento antipostureo.

En relación con la experiencia de las personas con BeReal, en los resultados se puede observar una discrepancia con la inmediatez que suscita la aplicación, ya que un 18% de los usuarios de la plataforma pública dentro de la ventana de dos minutos pero el mismo porcentaje nunca publica a pesar de tener la aplicación. Aun así, la mayoría de los usuarios de BeReal cree que las publicaciones en BeReal reflejan fielmente su vida real si lo comparan con otras redes. Pero ese sentimiento de comodidad no se ve reflejado en una reducción de la ansiedad general por la autopercepción en BeReal frente a otras redes.

Un aspecto notable es que algo más de la mitad de los usuarios se siente presionado a obtener ese momento interesante cuando llega la notificación, en consecuencia un 40% de ellos reconoce esperar un momento más especial o fotogénico para publicar. En cuanto a los “late BeReals” hay una división de opiniones, ya que muchas personas creen que no son menos auténticos frente al resto que opina en su mayoría que lo condiciona al tipo de contenido, esto demuestra cómo la percepción sobre la autenticidad que suben otros usuarios es multifacética y no se limita estrictamente al cumplimiento de la ventana de tiempo.

Una de sus funcionalidades, los “RealMojis” hacen que los usuarios se sientan más valorados y validados (aproximadamente un 43%), pero solo alrededor de un 21% de los usuarios se compara con la cantidad de “RealMojis” que reciben sus amigos frente a los suyos, demostrando que BeReal promueve una menor dependencia a las métricas numéricas en comparación con otras redes sociales.

Por último, en términos de bienestar psicológico los resultados nos muestran que aunque un porcentaje de encuestados experimenta ansiedad o estrés relacionados con las redes sociales y el FOMO a perderse algo, BeReal les ofrece menos presión en relación con la autopercepción del usuario según el 54% de los usuarios. Además, un gran alto porcentaje de los usuarios (más del 81%) se siente satisfecho con la identidad digital que proyecta en sus redes sociales.

3.3. Estudio comparativo

En este apartado vamos a poder comparar nuestros resultados a través de la perspectiva sociológica del “colonialismo de datos” (Couldry y Mejía, 2019). Ellos exponen cómo las plataformas no son meros intermediarios para la interacción social, sino que han convertido a las plataformas en un sitio de donde extraer valor.

Couldry y Mejias (2019) hablan de como el colonialismo de datos es un proceso en el cual todas las interacciones sociales o cosas cotidianas son convertidos en datos que son explotados económicamente por las grandes plataformas tecnológicas. Toda la extracción de datos que realizan se trata de una gobernanza algorítmica que moldea el comportamiento de las personas para poder de esta manera maximizar su recopilación de datos valiosos. Por lo que la vida social online se termina convirtiendo en un recurso para ser procesado y monetizado.

En el caso de BeReal, los resultados en la investigación realizada nos exponen que a pesar de la retórica de autenticidad de la plataforma, este colonialismo de datos puede ser aplicable en esta situación. Debido a la manera en que está diseñada BeReal, esta “exige” una publicación instantánea diaria, teniendo simultaneidad de ambas cámaras del móvil en un margen de dos minutos, pudiendo entenderse como una forma para incentivar a los usuarios a la generación de datos “auténticos”. Por ello, BeReal tendría a su disposición una batería de datos “reales”, que es precisamente lo que se valora actualmente dentro de un mercado saturado de datos editados y modificados. Esta autenticidad de la app se convierte en un tipo de información que puede ser directamente extraída y monetizada por parte de la plataforma (como ya puede ver con la actual implementación de publicidad nativa que han hecho). De hecho, la visibilidad de los “re-takes” o de esos “late BeReals” ya se pueden ver desde otra perspectiva, donde no solo buscan el compromiso por parte de los usuarios con la espontaneidad, sino que también es una información valiosa para la plataforma pueda recopilar todo en relación al tipo de publicación que se realiza y el esfuerzo que hacen las personas por ser “reales”.

Este estudio que se ha ido realizando, puede complementar de cierta forma la investigación de Couldry y Mejias (2019) en los siguientes casos.

La evidencia empírica de la performatividad del “dato auténtico”: Couldry y Mejias hablan sobre cómo se extraen los datos de manera sistémica. Esta investigación aporta como los usuarios “performan” esta autenticidad, ya que en muchas entrevistas los

usuarios admiten preparar o esperar un momento interesante para tomar la foto de sus BeReal. Por tanto, esa manera sistémica de recolección de datos puede fallar en este caso, ya que los propios usuarios no siempre perciben como menos real una fotografía subida fuera de tiempo, aunque los propios usuarios reconozcan “preparar” la foto en algunos casos y el algoritmo no es capaz de hacer esta distinción. Viendo también de esta manera que incluso bajo el concepto propio de “real” que tiene la aplicación y su posible recolección de datos “auténticos”, la autenticidad que emulan los usuarios se convierte a veces en “fachadas”.

La negociación entre el control del algoritmo y el propio usuario: El colonialismo de datos nos expone cómo las aplicaciones tienen cierto control sobre el comportamiento. Los datos que hemos ido recogiendo del cuestionario nos dice que el 55% de los usuarios se siente presionado a tener un momento interesante cuando llega la notificación de BeReal, así como el 40% admite esperar un momento más fotogénico. Todo esto junto con el porcentaje del 43% de usuarios que reconoce realizar los “late BeReals”, se transforma en una manera de “negociación” por parte del usuario. Convirtiendo a los usuarios no tanto en agentes pasivos, sino en entes que intentan mantener un equilibrio entre esa autenticidad que les exige la plataforma y el deseo de controlar su propia autopresentación en la red (Couldry y Mejias, 2019).

La percepción de la autenticidad en la extracción de datos: Couldry y Mejias (2019) se centran en cómo se extrae ese valor e información de las redes. Pero el cuestionario realizado hay división de opiniones sobre esa “autenticidad” alrededor de los “late BeReals” (46% cree que nunca son menos auténticos, pero un 18% cree que siempre lo es) demostrando que para el usuario la autenticidad no se percibe únicamente de una única manera, incluso si la app está diseñada para estandarizarla. Debido a esto, se puede ver como la autenticidad no es simplemente un recurso a extraer, ya que es un concepto ambiguo que se basa mucho en la percepción del propio usuario.

En conclusión, la teoría del colonialismo que nos exponen Couldry y Mejias (2016) aporta un marco importante para ver como a través del propio diseño de la plataforma se busca extraer y monetizar esa “autenticidad” que atrajo a tantos usuarios, pero hay que tener en cuenta la experiencia de usuario. Ya que los usuarios “negocian” de manera sutil como es su autopresentación dentro de la red, debido a que la propia autenticidad se

convierte en una manera de mostrarse, así como un nuevo dato para monetizar en mundo capitalista de las plataformas.

3.4. Aportaciones

Más allá de sus conclusiones directas, esta investigación sienta unas bases para futuras líneas de investigación.

En primer lugar, se propone la evaluación longitudinal de la percepción de autenticidad en plataformas como BeReal. Debido a que este estudio ha capturado un momento específico en la evolución de la aplicación así como la experiencia de los usuarios, sería interesante entender cómo evoluciona esta autenticidad a lo largo del tiempo.

Otra de las posibles líneas de investigación que se proponen es la de estudiar la influenciad e las nuevas funcionalidades de BeReal en la performatividad y el bienestar del usuario. Esto permitiría determinar el impacto directo que tienen estas nuevas funcionalidades en la autenticidad percibida así como en la propia salud mental del usuario.

Continuando con posibles investigaciones, se puede hacer un análisis comparativo transcultural del fenómeno BeReal y el antipostureo. Debido a que la aplicación igual mantiene una vitalidad diferente en otros países (como se mencionó en las entrevistas) y como puede influenciar esta diferencia el factor cultural, social o hábitos de uso. Esto permitiría comprender si el “declive” de BeReal ha tenido la misma evolución a nivel global o si presenta sesgos por países.

Por otro lado, se plantea investigar con más detalle el papel de la audiencia imaginada en la performatividad del postureo. Aunque BeReal promueve la espontaneidad, la presión por tener un momento “real” nos dice que la conciencia de la opinión de la audiencia sigue presente.

Finalmente, se propone seguir investigando el impacto psicológico del antipostureo a largo plazo. Ya que aunque inicialmente BeReal puede reducir esa presión psicológica, eso no significa que no se mantenga presente en las otras redes sociales, y viendo que este

movimiento “antipostureo” se ha trasladado por toda la red sería interesante estudiarlo y ver sus efectos a nivel psicológico. Esto nos permitiría detectar si este movimiento tiene un impacto positivo o negativo a largo plazo en la salud mental.

Basándose en los resultados de este estudio, se proponen una propuesta de aplicación práctica poder fermentar un entorno digital más saludable.

En España se podría impulsar la creación de programas a nivel comunitario para poder impulsar cursos que incluyesen a la gente local en iniciativas de bienestar digital. Empezando por talleres interactivos en los centros educativos, universidades y asociaciones juveniles, pero desde mi punto de vista personal se tendría que dedicar un rato aunque fuese pequeño del horario escolar a instruir y educar sobre esto. De esta manera se puede incentivar una cultura basada en el aprecio y respeto por la diversidad de identidades. Para ello, será indispensable evaluar y controlar de manera regular el impacto que puedan tener estas medidas en el ámbito digital, y de ser necesario ajustar estas tácticas en base los resultados que se vayan recogiendo ajustándose también a las necesidades cambiantes de la generación y el ecosistema digital, para poder asegurarse de que las intervenciones sean relevantes y efectivas.

4. Conclusiones

Para concluir esta investigación realizada, considero que se han cumplido los objetivos propuestos al inicio de este estudio. El analizar la percepción de la autenticidad y la manifestación de la validación social junto con el concepto de antipostureo en redes sociales pudiendo enfocarme principalmente en BeReal y Generación Z, me ha permitido conocer la complejidad de la autopercepción de los usuarios en el mundo digital y como esta se encuentra en constante evolución. Como reflexión sobre este proceso de investigación, ha sido particularmente desafiante conceptualizar el término “performatividad de la espontaneidad”, es decir, el concepto que explica que la idea de incluso la autenticidad sin filtros podría ser una pose.

La investigación me ha permitido conceptualizar el “postureo” y el “antipostureo” como dos fenómenos interconectados, dejando en evidencia como el postureo responde a un intento e intención de idealización así como búsqueda de aprobación, mientras que el

antipostureo puede convertirse en una nueva forma de performatividad, un método para exhibirse y poder obtener una validación social reconfigurada. Los resultados obtenidos en las entrevistas y el cuestionario han revelado como una parte de los usuarios busca genuinidad pero otra parte significativa percibe el antipostureo como una nueva forma de reconocimiento.

Un hallazgo crucial ha sido el resultado de investigar si BeReal cumplía esa espontaneidad que prometía, porque a pesar de su diseño innovador inicial, las nuevas funcionalidades la han alejado de su esencia. También ha permitido determinar que la autenticidad en BeReal se trata de una autenticidad condicionada. La aplicación, aunque diferente, se ha ido acercando cada vez más al modelo de red social tradicional de los que decía ser en un inicio. Con las recientes funcionalidades y la implementación de publicidad nativa ha ido diluyendo su promesa inicial, ya que en el cuestionario realizado se puede apreciar claramente como incluso los propios usuarios con consciencia de ello, exponiendo de manera evidente que la performatividad, aunque sutil, sigue estando presente. Pudiendo destacar que la autenticidad de BeReal es realmente una “autenticidad condicionada”, ya que se trata de una plataforma donde constantemente usan el engagement y la visibilidad para adaptar a los usuarios a las presiones del sistema.

A modo de reflexión, en relación de la investigación realizada, la obtención de los datos cualitativos (entrevistas) y cuantitativos (cuestionario) me ha permitido en el caso del cuestionario identificar tendencias y magnitudes, mientras que las entrevistas han sido indispensables para poder descubrir los “porqués”. Todo ello me ha facilitado el poder ahondar más en el concepto de “performatividad de la espontaneidad” que acabó siendo una estrategia de autopresentación en el contexto de BeReal.

El estudio comparativo que se ha realizado con el “colonialismo de datos” de Couldry y Mejias (2019) ha sido relevante para ver como BeReal puede entenderse también como una plataforma que busca extraer datos “reales” de la vida cotidiana. Siendo confirmada la estrategia de monetización de datos por su reciente implementación de publicidad nativa, alineándose de esta manera con la soberanía algorítmica, que describe la vida social como datos valiosos (Couldry y Mejias, 2019). Sin embargo, cuando analizamos

la experiencia vivida por el usuario, se puede apreciar como es el propio usuario el que performa esa autenticidad.

Como conclusión final, puedo decir que como usuario de las redes sociales esta disertación me ha servido para descubrir la construcción identitaria en línea. BeReal es un microcosmos fascinante, el cual es un ejemplo de como uno intenta escapar de las normas establecidas, pero incluso entonces las lógicas fundamentales de la interacción humana persisten. Mostrando de esta manera que el antipostureo no es realmente una disrupción de las normas establecidas, sino una adaptación de un ecosistema digital en continua transformación.

5. Bibliografía

- Abidin, C. (2016). *Internet Celebrity: Understanding Fame Online*. Emerald Group Publishing.
- Bauman, Z. (2000). *Modernidad líquida*. Polity Press.
- BeReal. (s/f). BeReal. Recuperado el 24 de junio de 2025, de <https://bere.al/en/press/bereal-ad-api/>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Chou, H. G., & Edge, N. (2012). *They are happier and having better lives than I am: The impact of using Facebook on perceptions of others' lives*.
- Cialdini, R. B. (2007). *Influencia: la psicología de la persuasión*. HarperBusiness.
- Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). *Los costos de la conexión: Cómo los datos están colonizando la vida humana y apropiándola para el capitalismo*. Stanford University Press.
- Dumas, T. M., Maxwell-Smith, M., Davis, J. L., & Giulietti, P. A. (2020). *Lying to fit in: Examining the Role of the "Postureo" in Online Self-Presentation*. Journal of youth and adolescence.
- Festinger, L. (1954). *A theory of social comparison processes*. Human Relations.
- Fuchs, C. (2014). *Social Media: A Critical Introduction*. SAGE Publications.
- Goffman, E. (1959). *La presentación del yo en la vida cotidiana*. Doubleday Anchor Books.

- Hawley, R. E. (2022). *BeReal and the Fantasy of an Authentic Online Life*. Medium.
- Jain, N. (2023, junio 27). *BeReal statistics 2025: Usage, growth & more*. Tech Blogs on App Development, AI & MVPs | Appic Softwares. <https://appicsoftwares.com/blog/bereal-statistics/>
- Leaver, T. (2020). *Authenticity as Branding: The Rise of the “No-Filter” Aesthetic*.
- Li, M. (2023). *BeReal’s Challenge to Traditional Archiving Concepts*.
- Marwick, A. E. (2013). *Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age*. Yale University Press.
- Marwick, A. E., & Boyd, D. (2011). *I Was a Teenage Facebook Superstar: Social Media, Teenagers, and Celebrity*. In *A Decade in Internet Time: New Perspectives from the CSCW Community*.
- Mindshare. (s/f). Mindshareworld.com. Recuperado el 24 de junio de 2025, de <https://www.mindshareworld.com/news/bereal-unveils-ads-mindshare-insights-predictions>
- Neufeld-Wall, M. E. (2023). *Generation Z, Self-Presentation and Authenticity on BeReal*.
- Rosen, L. D. (2012). *iDisorder: Understanding Our Obsession with Technology and Overcoming Its Hold on Us*. Palgrave Macmillan.
- Salisbury, M., & Pooley, J. D. (2017). *The self #nofilter: Authenticity as a promotional discourse in social media*. Journal of communication Inquiry.
- Terranova, T. (2000). *Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy*. Social Text.
- Turkle, S. (2011). *Solos juntos: ¿Por qué esperamos más de la tecnología y menos el uno del otro?* Basic Books.
- Van Dijck, J. (2013). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Oxford University Press.
- Zuboff, S. (2019). *La era del capitalismo de la vigilancia: La lucha por un futuro humano en la nueva frontera del poder*. PublicAffairs.
- (S/f-a). Contrary.com. Recuperado el 24 de junio de 2025, de <https://contrary.com/companies/berea>

- (S/f-b). Curemedia.com. Recuperado el 24 de junio de 2025, de <https://curemedia.com/blog/how-to-use-bereal-a-complete-guide-for-creators/>
- (S/f-c). Firstmonday.org. Recuperado el 24 de junio de 2025, de <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/12841/11059>
- (S/f-d). Helplama.com. Recuperado el 24 de junio de 2025, de <https://www.helplama.com/blog/bereal-statistics/>
- (S/f-e). Killthedj.com. Recuperado el 24 de junio de 2025, de <https://killthedj.com/bereal-music-connect-spotify-apple-music/>
- (S/f-f). Petapixel.com. Recuperado el 24 de junio de 2025, de <https://petapixel.com/2023/02/09/bereal-is-dying-daily-active-users-down-61-from-peak/>
- (S/f-g). Searchlogistics.com. Recuperado el 24 de junio de 2025, de <https://www.searchlogistics.com/bereal-statistics/>
- (S/f-h). Voodoo.io. Recuperado el 24 de junio de 2025, de <https://www.voodoo.io/news/voodoo-acquiress-bereal-to-bring-authentic-social-media-to-new-heights>
- (S/f-i). Zdnet.com. Recuperado el 24 de junio de 2025, de <https://www.zdnet.com/article/bereal-rolls-out-new-features-for-gen-z-users-including-public-feeds-and-brand-accounts/>

6. Anexos

6.1. Entrevistas

6.1.1 Entrevistas tipo A

Entrevista 1:

1. ¿Cómo describirías tu relación con las redes sociales en general y qué papel juegan en tu vida diaria?

Yo creo que me considero una persona que sí que estoy activa en redes. Es decir, que me mantengo siempre activa en redes, pero porque es algo que siempre me ha gustado y como que creo que para mí el estar en redes, el publicar e intentar como llevar un poco la continuidad también me hace como ser constante para crear recuerdos. Creo que es importante para mí el no publicar tu publicación por publicar, sino publicar como para el día de mañana ver una foto y decir, jo, me acuerdo de aquel día.

2. ¿Qué entiendes por postureo y por antipostureo en el contexto de las redes sociales?

Lo entiendo tipo el postureo como aquella persona que quiere aparentar tener mucho, que le encanta, pues yo qué sé, publicar su vida en cuanto a, pues privilegios, intentar aparentar algo que igual de verdad no es lo que, lo normal. Y el antipostureo como aquella persona, pues que le da igual todo y que es muy natural quizás a la hora de, pues en redes me gusta, yo qué sé, hoy me he ido a ir al campo, me hice unas fotos y las he subido, mañana me voy a ir a dormir. Como que no se preocupa por si es el perfecto, no sé si me explico en redes.

3. ¿Crees que el antipostureo es una búsqueda genuina de autenticidad o simplemente es una nueva forma de obtener validación en redes?

Yo creo que la segunda, que es un poco como pues intentar que la gente te vea como real. Que no quieres aparentar nada y que, pues eres tú mismo.

4. ¿Cómo descubriste BeReal y qué te atrajo inicialmente de la aplicación?

Pues yo lo descubrí cuando estaba en Valladolid y mi hermana se la acababa de instalar y fue tipo, mira, hay una aplicación que subes una foto y tienes dos minutos, cada día te

salta al día una hora diferente, vamos a probarla. Y fue así, y yo dije, vale, me la voy a descargar, que parece interesante y fue algo como, yo creo que si no estaba con mi hermana igual ese día no me la instalaba y fue en el 2022.

A mí me atrajo lo de que cada hora tenías solo dos minutos y antes ya solo subías un BeReal en el momento. Como que me hacía gracia el hecho de que tenías dos minutos y que hacías la foto si querías subirlo en esos dos minutos. Como que al principio sí que era así.

5. Como usuario que lleva bastante tiempo en BeReal, ¿qué cambios importantes has notado en la aplicación desde que empezaste a usarla? (En funcionalidad, diseño, añadidos que hayan hecho...)

Pues me acuerdo que antes solo se podía hacer un BeReal, y que no te salía Publicidad, que esto es algo muy importante, porque antes, yo creo que de lo que yo recuerdo, no salía nada de Publis y ahora sale un montón. O sea, vas bajando y te va saliendo. También, que era fácil el recuperatorio de cada final año, ¿no?, como el mítico del Recap. También lo del bonus, esto de que cada día, si haces un BeReal, como que te dan puntos y podías subir otros más tarde luego fuera de la hora.

En cuanto a diseño, yo creo que era más o menos parecido, yo creo que al meter la Publis y tal, como que ahora se ve más, no sé, más diferente, pero es que en cuanto a diseño ahora no me acuerdo bien si había algún cambio así destacado.

Y por último, lo de poner música y lo de etiquetar a otra persona y poder resubirlo a mí me ha gustado, porque de hecho, muchas veces lo hago.

6. Y en relación a estos cambios, ¿crees que esto sigue haciendo que BeReal sea tan real? Que es lo que buscaban al principio. Y si es sí, ¿por qué sí? O si es no, ¿por qué no?

Yo creo que no. Ya de hecho, con lo de que yo hago un BeReal y a otra persona le etiqueto y lo puede resubir, yo creo que no muestra que sea real. En el momento ya no es real, porque es una foto que os habéis hecho, pues en el móvil de otra persona y seguramente estás una situación diferente en la que tú luego podréis estar cuando lo subes.

7. ¿Ha variado tu forma de usar BeReal con el tiempo? (por ejemplo, ¿publicas con la misma frecuencia? ¿La espontaneidad es la misma que al principio?)

Totalmente. Ahora mismo llevo unas semanas que no me acordaba del BeReal, sinceramente. Antes sí que era como, hay más del BeReal. Y, de hecho, antes entrabas en la aplicación, yo ayer lo hice, por ejemplo, y veías muchísima más gente que ahora que lo hayas hecho. Como que también creo que la gente, pues, está avanzando, quizás o como que lo está dejando de hacer.

8. ¿Cómo crees que ha cambiado el tipo de personas que usan BeReal desde sus inicios hasta ahora? ¿Has notado una evolución en los usuarios de la app?

Sí, es verdad que en un momento, como que todo el mundo lo hacía. También es verdad que esta fue ha sido una época un poco caótica, yo por lo menos casi no cojo el móvil porque también he estado hasta arriba de cosas.

Pero sí que es verdad que hace unos meses o así, yo sé que es verdad que hacía el BeReal con naturalidad, o sea, con normalidad, Igual también influye ahora que yo he estado un poco desaparecida, pero sí que es verdad que, por ejemplo, ayer lo hice y me dijeron eso. Que decía, jolín, no hay tanta gente como antes que lo haga.

9. ¿Alguna vez esperas o has esperado el momento ideal y preparas el BeReal? ¿O sueles intentar que sea siempre espontáneo?

Sí que es verdad que en algún momento lo he hecho y he pensado, ahora no lo hago o tal, porque sí que después voy a ir a no sé dónde y hago el BeReal que voy a quedar con no sé quién, voy a hacer el BeReal con él y me hace ilusión. Pero yo siempre intento como que de las veces que lo he hecho ha sido porque imagínate, voy a quedar con quien sea, y digo voy a hacer el BeReal porque así me queda la foto de recuerdos guardadas dentro de la app.

10. ¿Cómo percibes la autenticidad de las publicaciones de tus amigos? ¿Cómo tú dices? Yo creo que intentan también, yo tengo la certeza de que muchos de mis amigos en el momento porque te salen los minutos y tal deciden subirlo para no hacer un “lateBeReal” a la hora más o menos. Pero sí que es verdad que hay veces que yo creo que sí, que hay gente por conversaciones que tengo he tenido de que lo hace después porque así sale el sitio al que van a ir y sale alguien con el que han quedado. Sobre todo creo que hacen eso si ya han hecho un plan con antelación.

11. BeReal nació como una aplicación como auténtica, ¿no? Que mostraba la autenticidad, entonces, si pudieras describir actualmente la relación entre autenticidad y validación social en la app, ¿cómo lo harías?

A ver, yo creo que sí que van de la mano. Porque sí que es verdad que BeReal, como es una foto que te hace en un momento, que a lo mejor no es dentro de esos dos minutos, pero sí que es verdad que tampoco en esos dos minutos te da tiempo de apreciar en detalle lo que hace la gente y más porque se borra después de un día, que en cuanto a la hora de validación social. Cuando tú ves la foto, yo al menos es que me considero una persona que no me voy a fijar si esa persona lo ha hecho o no lo ha hecho.

Sí, aunque se haya podido, a lo mejor, un poco cambiar el rumbo de BeReal y no tengas la autenticidad del principio, la validación social sigue sin estar tan presente, o sea, como que a la gente le da más igual que en otras aplicaciones.

Entrevista 2:

1. ¿Cómo describirías tu relación con las redes sociales en general, qué papel juegan en tu vida diaria?

Pues por lo general le dedico tiempo diariamente a la redes sociales, aunque no creo que tenga una mala relación con ellas. Es verdad que hay momentos en los que me gustaría minimizar un poco mi uso de ellas.

2. ¿Qué entiendes por "postureo" y por "antipostureo" en el contexto de las redes sociales?

Pues entiendo que el postureo es un movimiento que ha habido y sigue habiendo en redes sociales en las que las personas aparentan tener una vida perfecta e incluso a veces alardean de lo que están haciendo. Para mí el antipostureo es básicamente lo contrario, ósea básicamente sería el hecho de mostrarte natural tal y como eres en las redes.

3. ¿Crees que el "antipostureo" es una búsqueda genuina de autenticidad o una nueva forma de obtener validación?

Pues puede que en un inicio fuese la búsqueda de autenticidad, pero ahora mismo en las redes sociales todo el mundo intenta mostrarse tan real para atraer más gente cuando realmente todo está hecho a propósito sin ser realmente orgánico.

4. ¿Cómo descubriste BeReal y qué te atrajo inicialmente de la aplicación?

Descubrí la app por primer vez cuando estaba tomando algo con mis amigas de la uni y una de ellas se lo había descargado, al final terminamos mis otras tres amigas y yo descargándola esa tarde para poder seguirnos. Y lo que más me atrajo y convenció de BeReal era el hecho de que podía mantenerme al día con mis amigas más cercanas sobre sus vidas o lo que estaban haciendo aunque no estuviéramos juntas.

5. Como usuario/a que lleva tiempo en BeReal, ¿qué cambios importantes has notado en la aplicación desde que empezaste a usarla (ej., funcionalidades, diseño, etc.)?

Pues no sé si me acuerdo de todos los cambios, pero algunos de los más fuertes creo que fue el Bonus BeReal, ósea lo de poder subir más fotos si subías la primera a tiempo y lo de ver las fotos de los amigos de tus amigos. Pero a mí eso personalmente no me gustaba porque me quitaba la libertad esa de poder subir lo que quisiera si aceptaba a que se viesen a los amigos de mis amigos ya que era mutuo, yo aceptaba para verlos pero también para que me vieran, así que nunca llegué a activarlo

6. A raíz de estos cambios, ¿crees que BeReal es tan "real" y sigue siendo tan "anti-Instagram" ahora como lo era al principio?

No, creo que BeReal ha cambiado mucho con el tiempo y ha añadido cosas que en mi opinión no la vuelven una app más "real" sino lo contrario como lo de poder subir más de una foto o resubir la foto de un amigo que te ha etiquetado

7. ¿Ha variado tu forma de usar BeReal con el tiempo? Por ejemplo, ¿publicas con la misma frecuencia o con la misma "espontaneidad" que al principio?

Si ha cambiado bastante, yo en un inicio publicaba prácticamente todos los días, intentaba que fuese en los dos minutos que te notificaban. Pero luego empecé a subirlas en cualquier momento del día y si es verdad que si sabía que iba a hacer algo chulo ese día me esperaba a subirlo en ese momento, aunque no tanto porque me viese la gente sino para dejarlo guardado como recuerdo en la galería de BeReal. Ahora mismo prácticamente llevo medio año que no lo uso, porque mucha gente de mi entorno lo ha dejado de usar, aunque sí que note que el año pasado mientras estaba de Erasmus, note que mis amigos de países como Francia y Bélgica estaban a tope con la app mientras que mis amigos de España empezaban a usarlo menos.

8. ¿Cómo crees que ha cambiado el tipo de personas que usan BeReal desde sus inicios hasta ahora? ¿Has notado una evolución en los usuarios de la app?

Yo no he notado de manera significativa, sí que es verdad que hubo un tiempo que se empezó a unir mucha gente a BeReal y la gente solicitaba amistad como una loca, los cuales a la mayoría yo no aceptaba. Pero no sé si he notado algo más aparte del cambio de la cantidad de gente que lo usaba como te explicaba antes.

9. La notificación de BeReal te da dos minutos para publicar. ¿Cómo gestionas ese tiempo? ¿Alguna vez "esperas" el momento ideal o "preparas" tu BeReal de alguna manera antes de publicarlo?

A principios de 2021 que fue cuando me lo instalé por primera vez sí que intentaba que fuese a la hora, luego llego verano y empecé a publicarlo cuando me apetecía y lo veía. Y desde entonces lo he subido un poco indistintamente, pero si sabía que tenía algo sí que me solía esperar para poder tener el recuerdo de ese día guardado en el Recap

10. ¿Cómo percibes la autenticidad de las publicaciones de tus amigos en BeReal? ¿Crees que son siempre "reales" o hay algún grado de "selección" o "curación" en lo que muestran (Comodidad, tiempo personal, para captar algún momento de su vida que quiera recordar...)?

Yo creo que mi entorno ahora mismo tengo dos grupos, mis amigos internacionales y los españoles. En los internacionales puedo ver claramente que siempre suben cuando salta o lo intentan al menos pero entre mis amigos de España en general nos da más igual y lo subes cuando quieres sin necesidad de estar hiperpendiente.

11. Si tuvieras que describir la relación entre "autenticidad" y "validación social" específicamente en BeReal, ¿cómo lo harías? ¿Crees que están en conflicto o que una influye en la otra? La aplicación está orientada a la validación por parte de la gente q la ve?

Pues aunque nació como una app que mostraba y fomentaba lo real, ha ido cambiando y sobre todo la gente que sigue a mucha gente en BeReal creo que sí que se puede sentir condicionada y necesitada de esa validación social. Aunque claro no es ni de lejos como en otras redes sociales.

Entrevista 3:

1. ¿Cuál es tu percepción general sobre la autenticidad del contenido que ves en las redes sociales que utilizas?

Yo creo que depende mucho de la persona, pero en general no creo que sea muy verídico, ya que la mayoría de las personas solo suben las cosas que les parecen que está socialmente bien visto o cosas que le gustan solo a ellos, porque por ejemplo a lo mejor se hacen una tanda de diez fotos y a lo mejor no suben ninguna o suben solamente una que es la que la gente cree que está guay.

2. ¿Qué entiendes por postureo en el contexto de las redes sociales y también el antipostureo?

Por postureo yo creo que se define como la ambición de que todo sea perfecto, todo lo que enseñes tenga un perfil sea casi perfecto y yo creo que el antipostureo quiere romper con todo ese estigma y que lo que subas o lo que muestres no es que no pueda ser perfecto, sino que sea lo que realmente es.

3. ¿Crees que el antipostureo es una búsqueda genuina de la autenticidad o simplemente una nueva manera de obtener validación social en línea?

Yo creo que el antipostureo antes era un movimiento de buscar autenticidad, pero yo creo que ahora socialmente está visto como un nuevo estilo de publicar las cosas así como que ha evolucionado a un movimiento estético.

4. ¿Cómo descubriste BeReal y qué te atrajo inicialmente de la aplicación?

Pues descubrí BeReal a través de unos amigos y la instalé porque hubo una actualización que era para que se podían crear grupos de personas y lo creamos los del pueblo. Y pues lo subimos una vez al día entre cuatro o cinco personas para ver qué estamos haciendo o dónde estamos.

5. Como usuario que lleva un tiempo en BeReal, ¿qué cambios importantes has notado en la aplicación desde que empezaste a usarla?

Antes era solamente una foto al día en el apartado general en el que lo ven todos tus seguidores y mucha gente intentaba hacerlo en los dos minutos que te daban para hacerlo. Y ahora te permite hacer dos fotos permanentes y la gente no lo sube en los dos minutos reglamentarios y yo creo que espera el mejor momento para hacer BeReal. Y

luego también si lo subes en los dos minutos reglamentarios tienes como para hacer varios BeReals más.

6. ¿Crees que BeReal es tan real y sigue siendo el anti-Instagram que era al principio o no?

Yo creo que ya no, porque ahora la gente ya no busca subir el BeReal y ya, sino que busca salir bien en el BeReal, se prepara y yo creo que a partir de estas actualizaciones ya no es lo que era.

7. ¿Ha variado tu forma de usar BeReal con el tiempo? ¿Publicas con menos frecuencia, con la misma, la espontaneidad sigue siendo la misma que al principio o distinta?

Yo nunca he seguido lo del tiempo prácticamente, así que no ha variado mi forma en la que lo uso.

8. La notificación de BeReal te da dos minutos para publicar, ¿cómo gestionas ese tiempo? ¿Alguna vez esperas el momento ideal o preparas el BeReal de alguna manera antes de publicarlo?

No, normalmente, sobre todo este año, como entre semana tengo actividades, pues no suelo tener el móvil en mis manos de forma muy seguida, con lo cual muchas veces salta y no lo tengo, así que cuando me acuerdo que ha saltado es cuando lo hago, así que no lo preparo ni nada.

9. ¿Cómo percibes la autenticidad de las publicaciones de tus amigos en BeReal? ¿Crees que son siempre reales o hay algún grado de selección o curación en lo que muestran?

Yo creo que también depende mucho de la persona, en mi entorno el general sí son reales. Pero al igual que en Instagram, siempre hay personas que no suben nunca o casi nunca en BeReal y como, por ejemplo, alguna vez te pilla que ha estado haciendo alguna cosa especial, lo suben, o personas que sí que siguen lo de cuando salta notificación y lo hacen, yo creo que eso sí que es más espontáneo, aunque se acicalen un poco o lo que sea, pero yo creo que depende mucho de la persona.

10. Si tuvieras que describir la relación entre autenticidad y validación social en BeReal, ¿cómo lo harías?

Bueno, si la app se usase según está planteada, es decir, que solo aceptase con amigos a los que realmente quieres que solo vean no te importaría que solo vieses una foto tuya desarreglada, yo creo que no haría habría la necesidad de esa validación social, pero como se ha empezado a usar de forma masiva y a empezar a aceptar muchísima gente, al igual que en Instagram con todos los seguidores que hay. Yo por ejemplo no tengo muchos amigos en BeReal, con lo cual me da igual que foto subir, que no busco salir bien ni validación ni nada, pero gente que tiene más de 120 personas en BeReal, yo creo que ahí sí que influye más la validación social.

Entrevista 4:

1. ¿Cómo describirías tu relación con las redes sociales en general, qué papel juegan en tu vida diaria?

En general me gusta pasar algunos ratos libres que tengo en ellas, pero tengo buena relación. Ya que me he mudado y vivo lejos de mis amigos y familia, me ayuda a mantener el contacto con ellos en muchas ocasiones a parte de usarlas para entretenerme.

2. ¿Qué entiendes por "postureo" y por "antipostureo" en el contexto de las redes sociales? Para mí el postureo es cuando la gente presume por redes sociales de lo que están haciendo, lo que han comprado o lo que les han regalado y el antipostureo entiendo que lo contario como mostrarte tal y como eres en la realidad, como mas humilde.

3. ¿Crees que el "antipostureo" es una búsqueda genuina de autenticidad o una nueva forma de obtener validación?

Yo creo que sí que es una búsqueda de la autenticidad al menos en las personas normales porque a nivel influencer no creo que nadie sea realmente natural, por mucho que lo quieran al final siempre está organizado mucho de lo que suben. Y el hecho de que lo veamos así desde la perspectiva influencer nos hace pensar que también es una manera de obtener validación

4. ¿Cómo descubriste BeReal y qué te atrajo inicialmente de la aplicación?

Aunque lo había estado viendo por redes sociales algunas personas que hablaban ya de esta app, no fue hasta que mi hermana gemela me dijo que si nos la instalábamos, ya que nos acabábamos de ir a la uni ese año y nos podía ayudar a mantenernos al día una de la otra. Y pues lo que me atrajo fue eso mismo, mantenerme en contacto y poder ver a la

gente todos los días el que hacían sin necesidad de tener que escribirnos por Whatsapp que a veces las conversaciones son más banales

5. Como usuario/a que lleva tiempo en BeReal, ¿qué cambios importantes has notado en la aplicación desde que empezaste a usarla (ej., funcionalidades, diseño, etc.)?

Pues una de las principales cosas ha sido el hecho de que se puede poner música y subir las fotos si te etiquetaban. Bueno y obviamente ahora han añadido la publicidad y eso sí que ha sido un cambio significativo.

6. A raíz de estos cambios, ¿crees que BeReal es tan "real" y sigue siendo tan "anti-Instagram" ahora como lo era al principio?

Creo que no es igual que antes, eso está claro. Porque ha empezado a implementar un montón de cosas que tiene instagram lo que cada vez puedes ver más similitudes. Como es lo de la publicidad, ese fue un paso bastante claro a convertirse en otra red social cada vez más parecidas al resto.

7. ¿Ha variado tu forma de usar BeReal con el tiempo? Por ejemplo, ¿publicas con la misma frecuencia o con la misma "espontaneidad" que al principio?

Yo lo sigo usando e intentando publicar cuando salta o lo más cerca posible a esa hora si no me he dado cuenta. Y el tema de espontaneidad, al inicio era todo muy espontaneo, la gente subiendo fotos recién salidos de la cama incluso y luego fue todo más artificial porque la gente se esperaba a subir la foto cuando estaban más monos, pero ahora como también usa la app menos gente yo creo que quien lo sube ha vuelto más a esa espontaneidad. Yo siempre he intentado publicar cuando sale la notificación o lo más cercana a ella.

8. ¿Cómo crees que ha cambiado el tipo de personas que usan BeReal desde sus inicios hasta ahora? ¿Has notado una evolución en los usuarios de la app?

Como ya te he dicho, después del auge ha habido cada vez menos personas, pero a mi alrededor lo que más he notado es que la gente que sigue en la app, publica más esporádicamente. Aunque luego a final de año al menos este último, luego bastante gente sube el recap a las stories de Instagram, ósea que puede que lo estén usando como medio para luego aparentar

9. La notificación de BeReal te da dos minutos para publicar. ¿Cómo gestionas ese tiempo? ¿Alguna vez "esperas" el momento ideal o "preparas" tu BeReal de alguna manera antes de publicarlo?

Bueno, no voy a extenderme mucho en esta respuesta porque como te he dicho, básicamente durante todo el tiempo que he tenido la app siempre he publicado de la misma manera, intentando publicar en cuanto suena la notificación, porque al final creo que es la esencia de la plataforma.

10. ¿Cómo percibes la autenticidad de las publicaciones de tus amigos en BeReal? ¿Crees que son siempre "reales" o hay algún grado de "selección" o "curación" en lo que muestran (Comodidad, tiempo personal, para captar algún momento de su vida que quiera recordar...)?

La autenticidad es un poco dudable y más hace que desconfíes sobre todo cuando ves que lo han subido mucho más tarde, pero por otro lado como te comentaba, ahora mismo al haber cómo menos gente activa, lo que se sube creo que es mas realista.

11. Si tuvieras que describir la relación entre "autenticidad" y "validación social" específicamente en BeReal, ¿cómo lo harías? ¿Crees que están en conflicto o que una influye en la otra? ¿La aplicación está orientada a la validación por parte de la gente que la ve?

Pues ahora mismo la autenticidad sí que está presente en la app, y la validación social diría que no tanto, pero creo que las dos han convivido en el mismo momento mientras la app estaba en auge.

Entrevista 5:

1. ¿Cómo describirías tu relación con las redes sociales en general, qué papel juegan en tu vida diaria?

Pues he estado evitando desde principios de año usar demasiado las redes sociales y por ello me he puesto temporizadores de uso y me he eliminado algunas en este último mes

2. ¿Qué entiendes por "postureo" y por "antipostureo" en el contexto de las redes sociales?

Postureo seria para mi básicamente la gente que no para de subir a las redes sociales para que todos lo vean distintas publicaciones para dar envidia. Y luego yo entiendo por antipostureo a básicamente más la gente que sube menos pero lo que sube lo sube al natural, sin editar y dándole más igual lo que opine la gente.

3. ¿Crees que el "antipostureo" es una búsqueda genuina de autenticidad o una nueva forma de obtener validación?

Pues yo entiendo que es el hecho de ser real en las redes sociales, pero también entiendo que hay gente que se aprovecha de este movimiento usándolo para obtener la validación si es lo que quieren.

4. ¿Cómo descubriste BeReal y qué te atrajo inicialmente de la aplicación?

Pues la mayoría de mis amigos lo tenían y me lo descargue porque todos estaban muy a tope con la plataforma y decidí unirme. Sentí que me perdía cosas y no me enteraba tan bien como otras personas de mi grupo de lo que hacían mis amigos o lo que les pasaba.

5. Como usuario/a que lleva tiempo en BeReal, ¿qué cambios importantes has notado en la aplicación desde que empezaste a usarla (ej., funcionalidades, diseño, etc.)?

Lo de poder subir más de un BeReal al día creo que fue una de las cosas que más me choco cuando lo pusieron, y luego que también podías etiquetar a las personas y ellos resubir las fotos

6. A raíz de estos cambios, ¿crees que BeReal es tan "real" y sigue siendo tan "anti-Instagram" ahora como lo era al principio?

Pues creo que lo de añadir las fotos fue un paso para atrás y otro hacia delante, porque la gente intentaba publicar el primer BeReal a la hora para poder obtener los otros dos durante el día cuando quisieran, entonces la gente volvió a publicar el primero siendo "reales" pero luego sin duda los otros dos eran pensados o en situaciones que ellos igual quisieran presumir.

7. ¿Ha variado tu forma de usar BeReal con el tiempo? Por ejemplo, ¿publicas con la misma frecuencia o con la misma "espontaneidad" que al principio?

Pues es que actualmente me he desinstalado BeReal desde hace un mes, por eso que te dije de que quería desconectar más de las redes sociales, y llevaba ya un tiempo sin

publicar porque mis amigos no lo hacían casi y era un poco por lo que estaba ahí, así que decidí desinstalármela.

8. ¿Cómo crees que ha cambiado el tipo de personas que usan BeReal desde sus inicios hasta ahora? ¿Has notado una evolución en los usuarios de la app?

Pues principalmente he notado que la gente ha dejado de usar más la app en este último año, porque al dejarlo algunos, los amigos de esos también dejan de publicar y creo que es todo un efecto dominó, o al menos es lo que ha ocurrido un poco en mi grupo

9. La notificación de BeReal te da dos minutos para publicar. ¿Cómo gestionas ese tiempo? ¿Alguna vez "esperas" el momento ideal o "preparas" tu BeReal de alguna manera antes de publicarlo?

Pues solía publicarlo cuando podía, a veces coincidía con la notificación y otras no, pero un poco indistintamente me daba igual

10. ¿Cómo percibes la autenticidad de las publicaciones de tus amigos en BeReal? ¿Crees que son siempre "reales" o hay algún grado de "selección" o "curación" en lo que muestran?

Pues yo creo que a mi alrededor tenía de todo, desde gente que se esperaba para sacar la mejor foto posible o la tomaba varias veces hasta que le gustase y otras personas, entre las cuales me incluyo, que les daba más igual y subían cualquier cosa.

11. Si tuvieras que describir la relación entre "autenticidad" y "validación social" específicamente en BeReal, ¿cómo lo harías? ¿Crees que están en conflicto o que una influye en la otra?

Pues diría que BeReal tiene una mezcla de ambos, ya que cada usuario le da un enfoque distinto y más ahora que tiene tantos extras la propia app. Por lo que diría que hay gente que está ahí buscando autenticidad y otros simplemente para recibir esa validación externa por parte de otros

6.1.2. Entrevistas tipo B

Entrevista 6:

1. ¿Cómo describirías tu relación con las redes sociales en general? ¿Y qué papel juegan en tu vida diaria?

Pues la verdad es que me paso el día entero mirando las redes sociales, pero vamos, en la vida diaria poco, porque lo único que hago es mirar un poco lo que hace la gente y poco más

2. ¿Cuál es tu percepción general sobre la autenticidad de contenido que ves en las redes sociales que utilizas?

Que hay gente que sí que sube su día a día, lo que es normal, y hay gente que lo llama más la atención para que lo veas, te quedas mirándolo, o sea, un poco lo que es el clip-it, para que te quedas pendiente del vídeo.

3. ¿Qué entiendes como postureo en el contexto de redes sociales y su némesis, por ende, el antipostureo?

Hay gente que lo que hace con el postureo es para llamar la atención y ganar visitas, cualquier cosa para que si este está con este, que si no sé qué, para que te quedas viendo el vídeo y ganas más visitas. Y el antipostureo, pues no te sé decir, la verdad.

4. ¿Crees que el antipostureo es una búsqueda genuina de autenticidad o simplemente una nueva manera de obtener validación social en línea?

Una manera de obtener validación, porque hay mucha gente que sí que de repente lo que haga una persona lo hace ella para ir ganando visitas o para sentirse bien consigo mismo porque dice estoy haciendo lo mismo que otra persona.

5. ¿Cómo te enteraste de la existencia de BeReal y cuál fue tu primera impresión sobre la aplicación y todas sus funcionalidades?

Me enteré por mi hermana y me pareció que era una chorrada porque tenías que estar pendiente de la aplicación para subir una foto, para poco más.

6. ¿Has percibido cambios en cómo se habla sobre BeReal o su popularidad a largo plazo, en plan desde que estuvo, desde sus inicios hasta ahora?

Cuando salió sí que dio mucho el boom y ahora cada vez se escucha menos BeReal. O sea, por ejemplo, antes sí que escuchabas “que me toca el BeReal”, pero ahora ya cada vez se escucha menos eso.

7. ¿crees que cumple su promesa de ser una app real y anti-Instagram que prometía?

A ver, un poco más sí, porque en Instagram puedes editar las fotos, retocarlas, puedes editarlas antes con el ordenador para subirlas. En BeReal tienes que subirlas en el momento, no puedes retocarla mucho la foto.

8. Y desde tu perspectiva, ¿cómo crees que se relaciona la autenticidad que BeReal busca promover y la validación social?

No creo que haya tanta relación porque es más en el momento. O sea, no puedes ver más lo que hace diferente gente ahí que lo que haces tú. Porque es en el momento que haces tú la foto.

9. ¿Cuál es tu razón principal por la que hasta ahora no utilizas la app?

No me gusta tener una aplicación que me esté enviando mensajitos cada dos por tres de ¡Oye, tienes que hacer eso! ¡Oye, tienes que subir esto!

10. ¿Crees que BeReal podría ser la solución a algunos de los problemas que ves en redes sociales tradicionales? ¿O que, por otro lado, podría generar nuevos problemas?

Creo que no causa problemas, porque cada aplicación va a su manera y cada una lo hace de su forma. Aunque alguna solución sí que da porque, lo que he dicho antes. En el día a día no puedes retocar las imágenes, no puedes hacer más cambios.

11. Si un amigo cercano te animara a unirse, ¿considerarías probarla?

No, no importa.

Entrevistas 7:

1. ¿Cómo describirías tu relación con las redes sociales en general y qué papel juegan en tu vida diaria?

Pues es que últimamente estoy muy renegada. Siento que dependemos en exceso de las redes sociales que además como que influyen muchísimo en nuestro estado anímico. Te ves muy influenciado por lo que la gente sube. En plan, estos estarán haciendo X cosa, ¿por qué yo no? (0:50) Yo debería estar haciendo esto, yo esto otro. Entonces, en ese sentido mi relación es tóxica a nivel de que las llego a odiar. Porque no quiero estar

aquí, pero a la vez estoy como, no voy a decir viciada, pero sí de tener esa necesidad de estar enganchada, esa necesidad de levantarme y pum, ir a las redes sociales. O sea, estoy enganchada, pero quiero... desconectar. Quiero desconectar porque de verdad que cuanto más lejos mejor.

2. ¿Cuál es tu percepción general sobre la autenticidad del contenido que ves en las redes sociales que utilizas?

De corazón pienso que es falsísimo todo. O sea, que evidentemente tú quieres mostrar el lado bonito de las cosas, pero yo creo que se exagera. Y se exagera a niveles tóxicos. Y de hecho, bueno, siento que nos hace vivir a veces por encima de nuestras posibilidades. O sea, tú ves a gente de 16 años subiendo fotos en restaurantes, en un montón de sitios, que tú con 16 años no tienes ese dinero para hacer X cosas, y las estás haciendo por el hecho de mostrarlo en redes sociales.

3. ¿Qué entiendes por postureo en el contexto de redes sociales, y a su vez, por su némesis, el antipostureo?

Yo describiría postureo como querer aparentar algo que no eres, pero que a la vez como que la sociedad ve bien. Y antipostureo pues yo considero que sería expresar las cosas de forma más natural. Sin menos filtros, sin pensar tanto lo que se sube, quizá. Sin darle tantas vueltas, quitando como lo artificial de todo.

4. Y ahora, ¿crees que el antipostureo es una búsqueda genuina de autenticidad, o simplemente una nueva forma de obtener validación social en línea?

Claro, tampoco estoy muy metida en redes, pero no lo consideraría como búsqueda de validación social. Yo creo que sí que es autenticidad. En plan de decir, voy a subir sin filtros. Voy a ser auténtico, a subir lo que realmente pienso, o veo o hago, y no lo veo poco auténtico

5. ¿Cómo te enteraste de la existencia de BeReal y cuál fue tu primera impresión en relación a ello?

Pues me enteré por amigos, porque de repente dijeron “¡Uy, me ha saltado el BeReal!”, “¡vamos a hacer BeReal!” Y de repente haces la foto de BeReal. Y como aplicación, sinceramente, no me gusta nada. O sea, me parece bien el hecho de si tienes un entorno muy cerrado, pues sí que lo veo guay de pues así ves que tu amigo que está lejos, pues lo

que está haciendo en X momento, eso lo veo chulo. Pero a la vez es como, qué necesidad de cada vez que salta la notificación, tener que estar subiendo las fotos. Lo que hablo, un nivel de dependencia ahí de redes sociales y de notificaciones y de estado de alerta, que no...

6. ¿Has percibido algún cambio cuando se habla de BeReal o su nivel de popularidad a lo largo del tiempo?

Yo sí que creo que al principio cuando salió la aplicación, estaba todo el mundo con “¡Ay, el BeReal!”, “¡hay que hacer BeReal! Y eso sí que a lo largo de este tiempo se ha ido atenuando un montón. En plan, ahora, creo, en mi entorno, por ejemplo, hay menos gente que está con eso del BeReal

7. ¿Y crees, según lo que has escuchado de BeReal, que cumple realmente su promesa de ser una app real y el anti-Instagram que ellos aseguraban ser en un inicio?

Pues sin tener mucha idea del tema, sí que creo que lo es. Porque, vamos a ver, a ti te salta la notificación y tú directamente haces la foto tal cual. Como tampoco te da mucho tiempo a prepararte, imagínate a maquillarse o falsearlo. O sea, sí que creo que es realmente auténtico.

8. ¿Cómo crees que se relaciona la autenticidad que BeReal busca promover y la validación social, o sea, la necesidad de aprobación de esta aplicación?

No te voy a saber responder a esto. Porque realmente no la veo. Simplemente, pues quizá te podría llegar a decir que te incitas tú a hacer más planes para quizá cuando hagas el BeReal pues que sean cosas chulas, pero no llegó a ver realmente un vínculo.

9. ¿Cuál es la razón principal por la que hasta ahora no utilizas BeReal?

Valoro mucho mi intimidad y paso de estar pendiente de una notificación A ver, me quiero quitar de redes, quiero dejar de depender de ello y nunca me ha llamado la atención esto de tener que subir fotos. O sea, si subo fotos es una foto o que me gusta mucho o muy pensada, nada espontáneo y tiene que ser premeditado.

10. ¿Y crees que BeReal podría ser una solución a algunos problemas que ves en las redes sociales tradicionales? ¿O, por el otro lado, genera nuevos problemas?

Pues seguramente ambas. Quizá sí que es cierto que elimina ese nivel de postureo, como hemos estado diciendo, de que la foto no está preparada, ni tú estás preparado físicamente, ni yo qué sé. No es un plan premeditado, pero a la vez tendrá sus contras. Pues estar alerta de notificaciones constantes o pasar mucho tiempo mirando la pantalla, viendo lo que ha hecho otra gente, en vez de centrarte realmente en lo que estás viviendo tú en ese mismo instante.

11. Si un amigo cercano te animaría a unirse, o sea, te animaría a unirse a BeReal, ¿considerarías probarla? ¿O que te motiva y desmotivaría de hacerlo?

No, me desmotiva el hecho que quiero muchas menos horas de pantalla de móvil, y menos redes sociales, menos comparaciones, y más vivir el presente y menos la vida de los demás.

Entrevistas 8:

1. ¿Cómo describirías tu relación con las redes sociales en general y qué papel juegan en tu vida diaria?

Pues nula, bastante baja. Sobre todo ahora que he estado de exámenes, YouTube y Whatsapp. Porque no tengo ni Instagram descargado desde hace tres años.

2. ¿Qué entiendes por postureo y antipostureo en el contexto de las redes sociales?

Por postureo mostrar algo que no es real y antipostureo justo lo contrario, algo que es real.

3. ¿Crees que el antipostureo es una búsqueda genuina de autenticidad o es simplemente una nueva forma de obtener validación?

Las dos. Puedes sacar ventaja siempre de todo. Pero si además muestras algo que es real, pues mejor.

4. Aunque no seas usuaria de BeReal, ¿cómo te enteraste de la existencia de BeReal? ¿Y cuál fue tu primera impresión sobre esta aplicación en relación a todas sus funcionalidades de aquel momento?

Por mi prima, que lo utilizaba mucho con sus amigos cuando estaban en segundo bachillerato. Y lo veo muy útil porque es una forma, entre comillas, real. De saber qué está haciendo alguien en su día a día. Sabes que es de ese día y no de otros, vamos.

5. ¿Has percibido cambios en cómo se habla sobre BeReal o su popularidad a lo largo del tiempo? ¿Y cómo describirías ahora, si hay alguna diferencia, de cómo era antes? Si tú crees que hay alguna diferencia.

No sé si soy consciente, a lo mejor puede que menos ahora que hace un año, ya que se oye menos la gente de mí alrededor que digan de hacer el BeReal en algún momento del día

6. ¿Crees que cumple BeReal su promesa de ser una app real y el anti-Instagram que promovía ser en un inicio?

Sí, por lo poco que se básicamente subes la foto sin editar y se sube al momento por ambos lados de la cámara haciendo que sea bastante real ya que además se ve todo tu entorno.

7. ¿Cómo crees que se relaciona la autenticidad que BeReal y la búsqueda de validación social?

Yo creo que al final tú eliges lo que quieres publicar también, aunque si es verdad. Que se supone que BeReal es como más tu día a día, lo que de verdad estás haciendo, no el puro postreo de Instagram. Pero también estás eligiendo lo que mostrar, entonces al final también estás buscando que alguien te valide.

8. ¿Cuál es la razón principal por la que hasta ahora no utilizas BeReal?

Porque no tengo necesidad de que alguien sepa lo que estoy haciendo.

9. ¿Crees que BeReal podría ser una solución a algunos de los problemas que vemos en las redes sociales tradicionales? ¿O crees que puede generar problemas nuevos?

No, es una alternativa plausible. Aunque en un futuro pueda evolucionar y generar problemas hoy en día lo veo como una buena alternativa.

10. Si un amigo cercano te animaría a unirse, ¿considerarías probarla o qué te motivaría o desinteresaría de hacerlo?

Si la utilizan mis amigos y sé que voy a poder compartir con ellos cosas, pues seguramente me motivaría más que si mis amigos no están.

Entrevistas 9:

1. ¿Cómo describirías tu relación con las redes sociales en general y qué papel juegan en tu vida diaria?

Pues un poco de dependencia ya que las uso todos los días y durante bastante tiempo, bastantes horas.

2. ¿Cuál es tu percepción general sobre la autenticidad de contenido que ves en las redes sociales que utilizas?

Pues yo sobre todo uso Instagram y creo que la autenticidad es casi nula porque se hace mucho retoque, la gente se prepara mucho y se hacen muchas tomas hasta que sale perfecto antes de subirlo.

3. ¿Qué entiendes tú o cómo definirías el postureo en el contexto de redes sociales y por ende su némesis el antipostureo?

Pues que al final la gente muchas veces se compra cosas o hace ciertas cosas para subir la foto y enseñar simplemente que las ha hecho. Incluso si se da que igual no van a poder hacer la foto, pues deciden que no lo van a hacer. O sea, como que la gente hace que su vida funcione alrededor de lo que va a pensar el resto de la gente. Por lo tanto, se diste con esa idea y para luego también enseñar lo que han hecho.

Luego el antipostureo es un corriente que se ha empezado a desarrollar hace unos años que como que se ha convertido también un poco en postureo. Yo creo, al final como que aunque sea lo natural, la gente intenta que parezca muy natural, pero aun así como que también hay un poco de planificación detrás. Es como también para presumir de, mira, sin esforzarme y sin todas esas tomas.

4. ¿Cómo te enteraste de la existencia de Be Real? ¿Y cuál fue la primera impresión que tuviste sobre la aplicación?

Pues me enteré por una amiga que me dijo, “mira esta aplicación”. Y la primera impresión pues me pareció que estaba muy chulo, era una cosa muy distinta, que al principio además solo dejaba tomarte una única foto. O sea, que te tomas la foto inicial

en el momento y ya está, y me pareció una cosa muy innovadora y que podría venir muy bien en comparación con el resto de las redes sociales, porque te puede ayudar un poco a posar los pies sobre la tierra.

Y de hecho en una de las última actualizaciones te aparece cuántas veces has repetido la foto, pues también como que te da la oportunidad de ver que a lo mejor la foto no ha salido tan bien a la primera. Sino que ha sido varios intentos y que le da un poco de realidad al asunto.

5. ¿Has percibido algún cambio en cómo se habla de Be Real o de la popularidad que tiene a lo largo del tiempo, desde que empezó a estar en auge?

Yo al principio escuché mucho de BeReal porque al final era una aplicación nueva, era distinta, una red social nueva. Y la verdad es que ahora con el tiempo escucho menos sobre ella, pero aun así todavía conozco mucha gente que hace BeReal y que están ahí al toque. Sobre todo ahora, que también han puesto la actualización de poder subir varios BeReal a lo largo del día y mucha gente que está aún más pendiente para luego poder subir otros momentos de su día en que está haciendo otras cosas.

6. Según lo que sabes o has escuchado de Be Real, ¿crees que cumple su promesa de ser una app real y el anti-Instagram que promovía ser en sus inicios?

Creo que por una parte sí, porque al final, por lo que estaba diciendo antes, te aparece cuántas veces has intentado hacer la foto, pero también por otra parte mucha gente, aunque en el momento en el que salta el BeReal podría hacerlo, pero no le hacen en ese momento porque hay no sé qué estoy estudiando o estoy en pijama y esperan a otro momento más adecuado para hacer Be Real. La gente aun así muchas veces sigue esperando estar más arreglado, mejor, haciendo una cosa más interesante.

7. Y desde tu perspectiva, ¿cómo crees que se relaciona estos dos conceptos? La autenticidad que Be Real busca promover y la validación social, es decir, la necesidad de aprobación externa. ¿Cómo crees que se relaciona?

Yo creo que en parte sí que hay una relación, por eso que te he dicho. Que al final, mucha gente, aunque el asunto se trate de cómo estoy en este momento sin importar nada, que se real al final, la gente en busca de validación y de que la gente vea que son guays, que incluso cuando están distraídos o no lo están planeando, salen bien, pues a lo mejor esperan a momentos más oportunos y le vienen mejor a ellos para hacerse las fotos. Y

eso al final no es por ti mismo, porque tú sabes cómo estás en ese momento y te estás viendo. Es por lo que van a pensar los demás. Al final, validación.

8. ¿cuál es la razón principal por la que hasta ahora no te has instalado Be Real?

La verdad es que sí me lo instalé un tiempo, un par de meses, pero al final como no lo hacía nunca, veía un poco sin sentido tenerlo, pues me lo desinstalé.

9. ¿Crees que Be Real podría ser una solución a algunos de los problemas que vemos en las redes sociales tradicionales? ¿O por el contrario podría generar nuevos problemas?

Creo que en una parte sí forma parte de la solución, pero también mucha gente a lo mejor vive pendiente todo el rato del móvil en el aspecto de ver cuándo salta, a ver cuándo me hago la foto, intentar a lo mejor más presentable todo el rato para hacerse la foto, entonces a lo mejor también creas un poco de dependencia, un poco de ansiedad de a ver cuándo va a saltar.

10. Si un amigo cercano te animara a unirme, ¿considerarías probarla?

Eso es justamente lo que me pasó. Yo la probé porque una amiga me insistió y no me importó probarla, pero al final como no me gusta a mí eso de hacerme las fotos en parte porque no me gusta cómo salgo, pues al final la quedo quitando. Pero el concepto de la aplicación me parece muy interesante y me parece que está muy bien.

Entrevista 10:

1. ¿Cómo describirías tu relación con las redes sociales en general y qué papel juegan en tu vida diaria?

Pues mi relación con las redes sociales, yo diría que, dentro de lo que cabe, es sana. Me gustaría mejorar un poco más el tiempo que paso en las redes sociales, porque yo creo que es un poco más del que debería, sobre todo en algunas en concreto. Y, pues en mi vida diaria, yo les doy bastante importancia.

2. ¿Y en relación a la percepción general sobre la autenticidad del contenido que ves en las redes sociales que utilizas? ¿Crees que la gente se muestra tal y como es en ellas?

No, de hecho, de normal suelo pensar que hay que cuestionar todo lo que vemos en las redes sociales. O sea, justo al contrario. No creo que la gente se muestre tal y como es,

sino que muestra justo lo que quieren que veamos. Entonces, hay que tener un poco de cuidado.

3. ¿Y ahora, qué entiendes o cómo definirías tú el postureo en el contexto de las redes sociales y por ende, el antipostureo?

Vale, pues para mí el postureo es como este contenido idílico, perfecto, todo es genial. Vamos, lo que todo el mundo querríamos conseguir. Y el antipostureo, pues que cada vez está más en auge, más de moda, más vídeos que se ven antipostureos. Antipostureo es como este contenido más, digamos, real, de la vida cotidiana, que todos nos podemos sentir un poco más identificados, un poco más desastroso, algo así.

4. Entonces, ¿crees que el antipostureo es una búsqueda genuina de la autenticidad o más orientado al tema de la validación social en línea?

Pues, no te sabría decir. Yo creo que sí que busca un poco la autenticidad, pero no creo que sea del todo así. Sí que puede ser que también se busque un poco la validación. Depende quien cree ese contenido también, supongo.

5. ¿Cómo te enteraste de la existencia de BeReal, si te acuerdas? Y ¿cuál fue tu impresión sobre la aplicación?

Pues yo me enteré de la existencia de BeReal un poco después de que saliese la aplicación y me pareció algo, una iniciativa que me pareció interesante. Porque era una aplicación nueva, pero no me llamó la atención lo suficiente, la verdad, como para decir, esta aplicación es mi aplicación de redes sociales.

6. ¿Has percibido algún cambio de cómo se habla o a nivel de popularidad a lo largo del tiempo?

Creo que mi percepción es que se habla menos de BeReal ahora, con respecto al principio. Creo que la aplicación se está convirtiendo, está un poco dejando de ser lo que era en un principio, porque se supone que en un principio tú ibas a subir contenido a BeReal en un momento dado del día para que supuestamente fuese un momento real, pero cada vez tú puedes subir más contenido, vamos, que para mí se está convirtiendo en una red social más, como cualquier otra.

7. ¿Crees que cumple su promesa de ser real y el anti-Instagram que se declaraba en un inicio?

Creo que no. Al principio a lo mejor sí que iba bien encaminada la aplicación, pero en el momento en el que te dejan subir el contenido cuando te da la gana y bajo tus propias cosas, pues yo creo que se pierde un poco la veracidad del momento real e íntimo.

8. ¿Crees que se relacionan estos dos conceptos, la autenticidad en BeReal y la validación social, o sea, la necesidad de aprobación externa? ¿Crees que están correlacionados?

Creo que sí que pueden llegar a estar correlacionados. La validación depende muchísimo del contexto, pero una de las formas de validación que más veo yo últimamente en las redes sociales y BeReal es como lo que lo consigue, porque promete ambas cosas y es siendo real, entre comillas, la gente como que tiende a sentirse más identificada y por ende pues a dar esa validación social.

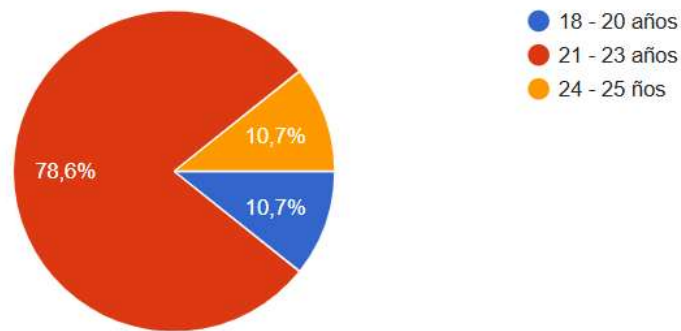
9. ¿Cuál es la razón principal por la que hasta ahora no te has llegado a instalar BeReal?

Pues sinceramente no creo que me aporte nada BeReal teniendo todo el resto de aplicaciones de redes sociales, aparte de que como ya te he dicho al principio me gustaría modificar un poco mis hábitos con las redes sociales, porque creo que paso más tiempo del necesario e instalar más aplicaciones de redes sociales no va a solucionar el problema. De hecho tengo muy pocas redes sociales, tengo Instagram y Whatsapp, poco más. Yo creo que esa es la principal razón.

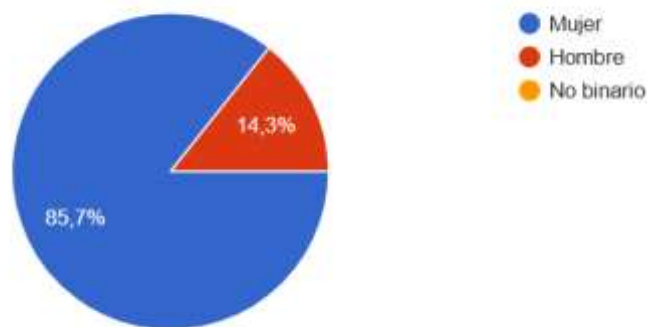
10. ¿Crees que BeReal podría ser una solución, entre comillas, a la mayoría de los problemas que podemos encontrar en las redes sociales tradicionales? ¿O podría generar nuevos problemas?

A ver, tampoco creo que pueda generar nuevos problemas, porque al final es una aplicación que compartes solo con tu círculo, no tienes por qué compartir con el resto del mundo. Mientras que otras a lo mejor sí que son un poco más abiertas, pero tampoco creo que vaya a solucionar nada. Sinceramente es una aplicación más y como te estoy diciendo, cada vez la encaminan más a lo que viene a ser Instagram o TikTok o cualquier otra red social.

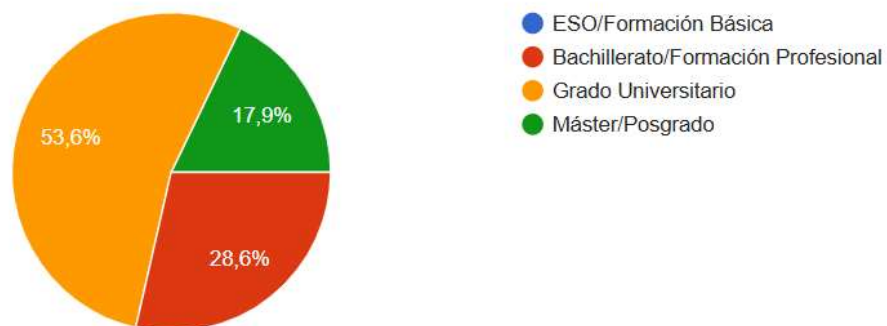
6.2. Cuestionario



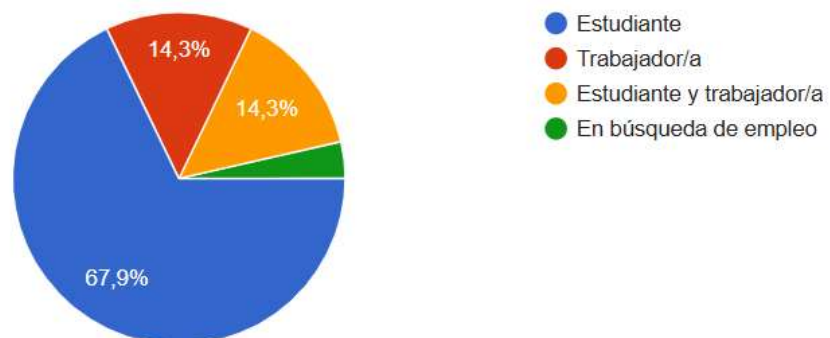
Gráfica 1: “¿Cuál es tu edad?” Fuente: Elaboración propia



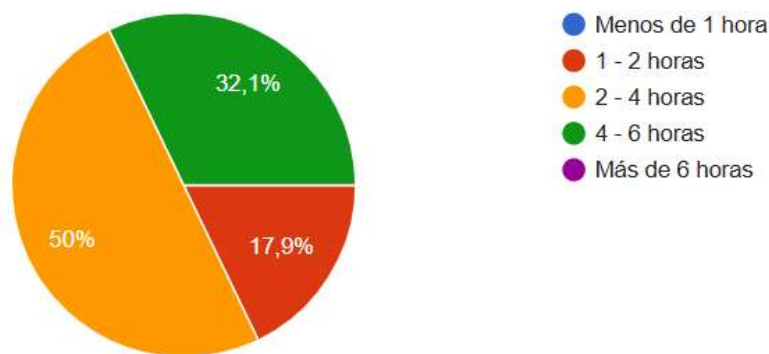
Gráfica 2: “¿Con qué género te identificas?” Fuente: Elaboración propia



Gráfica 3: “¿Cuál es tu nivel educativo actual o más alto alcanzado?” Fuente: Elaboración propia

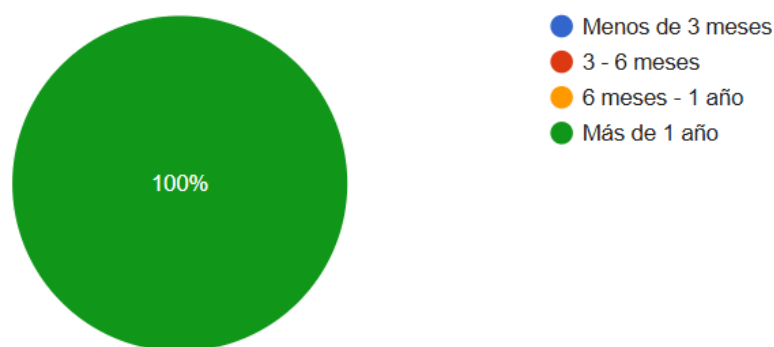


Gráfica 4: “¿Cuál es tu ocupación principal actualmente?” Fuente: Elaboración propia



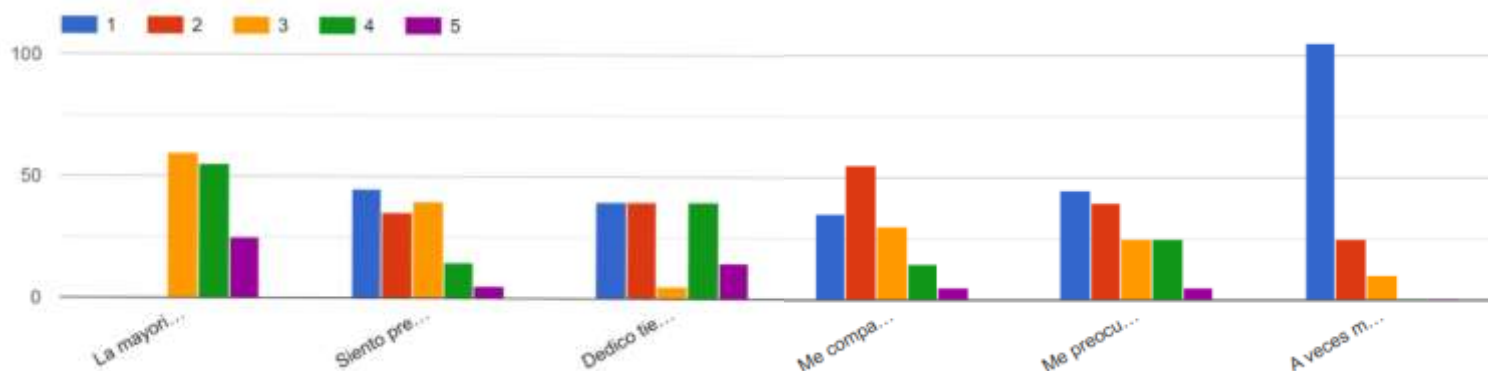
Gráfica 5: “¿Cuántas horas al día, aproximadamente, dedicas al uso de redes sociales?” Fuente:

Elaboración propia

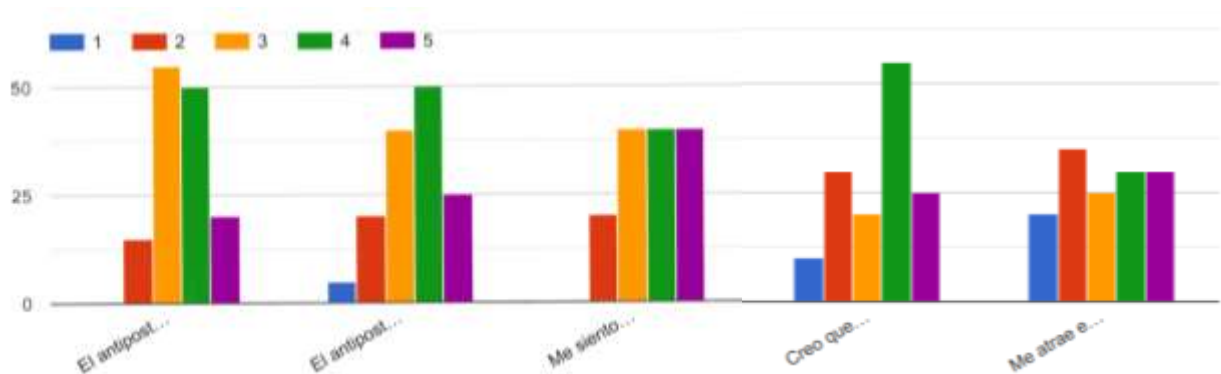


Gráfica 6: “¿Desde cuándo utilizas BeReal?” Fuente: Elaboración propia

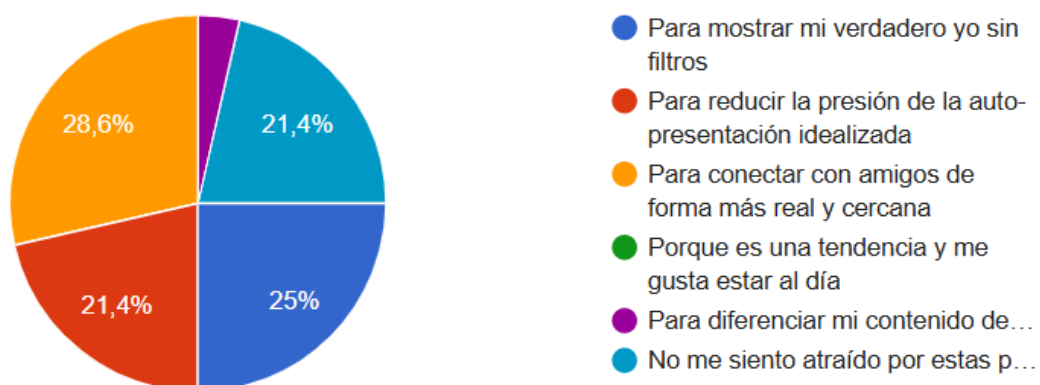
Siendo 1=totalmente en desacuerdo, 2=en desacuerdo, 3=ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4=de acuerdo, 5=totalmente de acuerdo



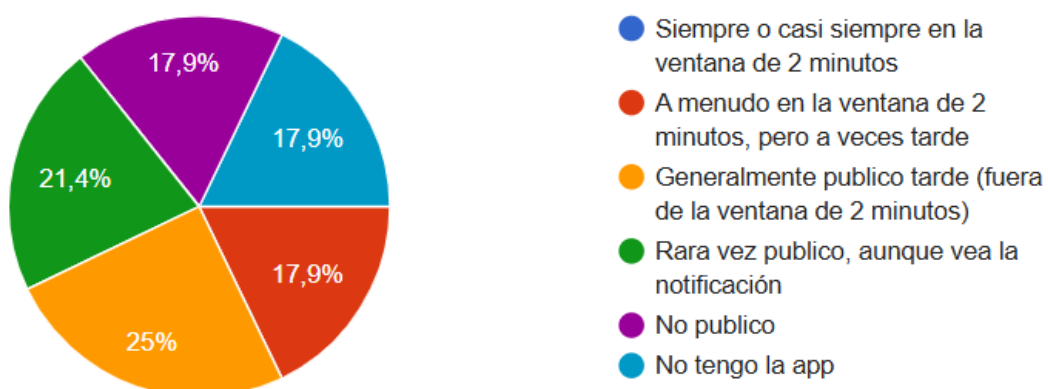
Gráfica 7: “Indica tu grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre redes sociales como Instagram o TikTok” “P1: La mayoría de las publicaciones que veo están muy idealizadas” “P2: Siento presión por mostrar una vida perfecta en redes sociales” “P3: Dedico tiempo a editar mis fotos/videos antes de publicarlos” “P4: Me comparo frecuentemente con las vidas de otros en redes sociales” “P5: Me preocupa la cantidad de “likes” o reacciones que reciben mis publicaciones” “P6: A veces me siento agotado/a por la necesidad de mantener una imagen perfecta en redes sociales” Fuente: Elaboración propia



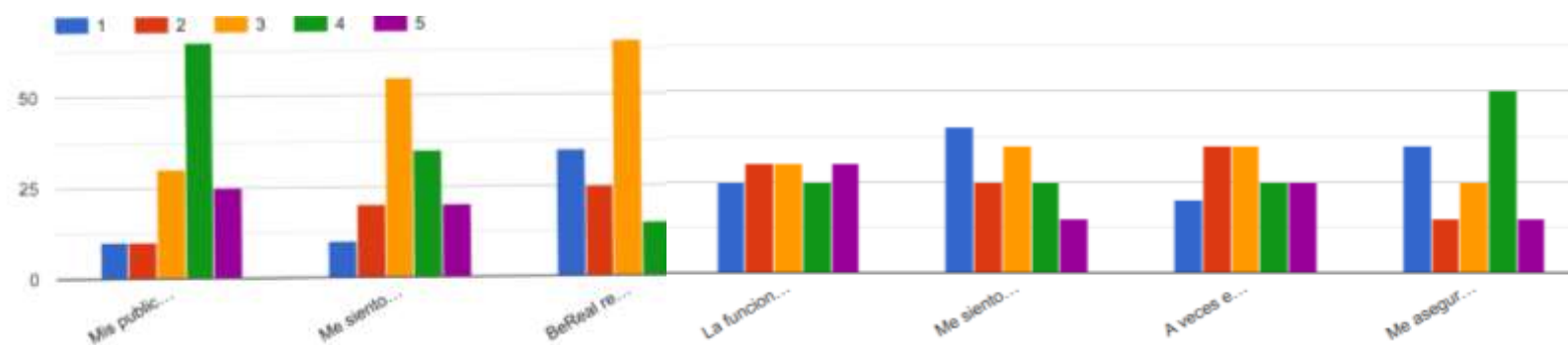
Gráfica 8: “Indica tu grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre el concepto de “antipostureo” “P1: El antipostureo es una reacción genuina a la superficialidad de las redes” “P2: El antipostureo es una forma de diferenciarse y destacar en redes sociales” “P3: Me siento más auténtico/a cuando mis publicaciones son espontaneas y sin filtros” “P4: Creo que el antipostureo es una tendencia que busca una nueva forma de validación social” “P5: Me atrae el antipostureo porque reduce la presión por la perfección” Fuente: Elaboración propia



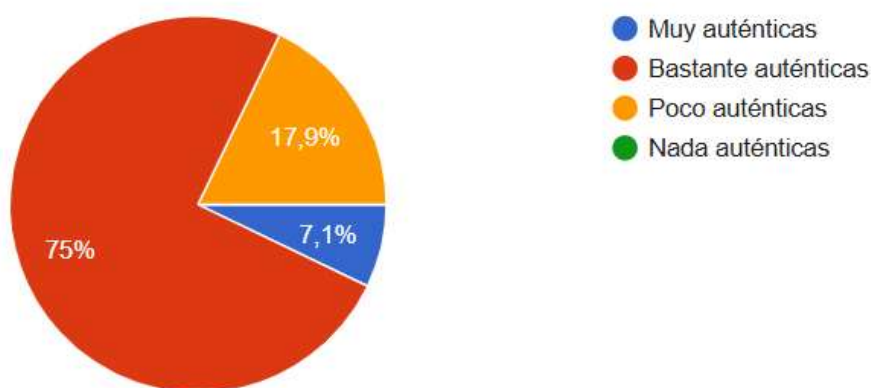
Gráfica 9: “¿Cuál de las siguientes razones describe mejor por qué te sientes atraído/a por este movimiento o por plataformas que lo promueven?” Fuente: Elaboración propia



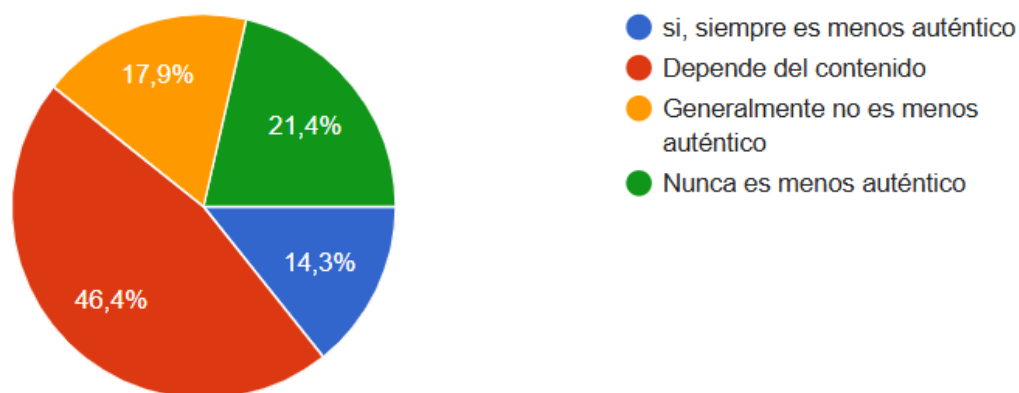
Gráfica 10: “¿Con qué frecuencia publicas el primer BeReal?” Fuente: Elaboración propia



Gráfica 11: “Por favor indica el grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre tu experiencia con BeReal” “P1: Mis Publicaciones en BeReal reflejan fielmente mi vida real” “P2: Me siento más cómodo/a con mi autopresentación en BeReal que en Instagram o TikTok” “P3: BeReal reduce mi ansiedad por la disposición de la app a la “autenticidad” “P4: La funcionalidad de doble cámara de BeReal me ayuda a ser más auténtico/a” “P5: Me siento presionado/a por tener un momento “interesante cuando llega la notificación de BeReal” “P6: A veces espero un momento más “fotogénico” antes de hacer mi BeReal” “P7: Me aseguro que en el fondo de mi BeReal sea presentable antes de publicarlo” Fuente: Elaboración propia

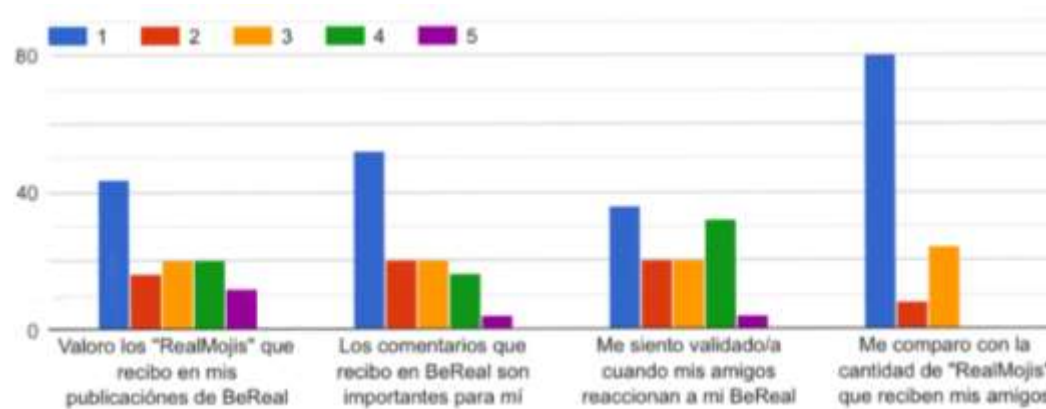


Gráfica 12: “¿Cómo percibes la autenticidad de las publicaciones de tus amigos en BeReal? Fuente: Elaboración propia

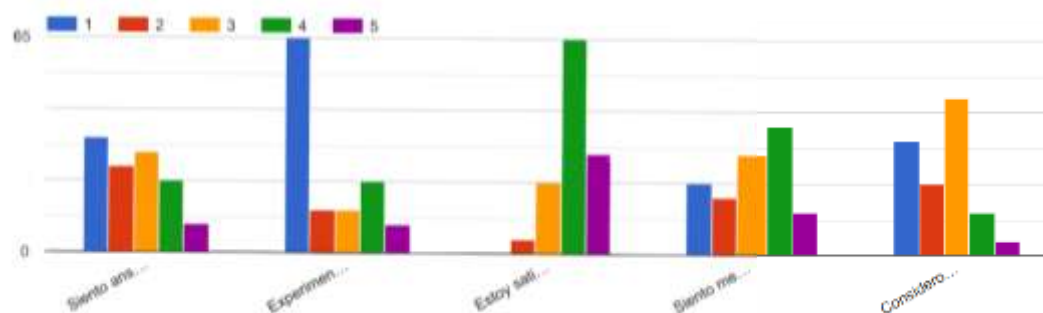


Gráfica 13: Cuando ves un “late BeReal” ¿crees que es menos auténtico que uno publicado a tiempo? Fuente: Elaboración propia

Siendo 1=totalmente en desacuerdo, 2=en desacuerdo, 3=ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4=de acuerdo, 5=totalmente de acuerdo



Gráfica 14: “Indica tu grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones” Fuente: Elaboración propia



Gráfica 15: “Indica tu grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre el uso de redes sociales”

“P1: Siento ansiedad o estrés relacionado con mi uso de redes sociales en general” “P2: Experimento miedo a perderme algo al ver las publicaciones de otros en redes” “P3: Estoy satisfecho/a con la imagen que proyecto de mí mismo en línea” “P4: Siento menos presión por la autopresentación en BeReal que en otras redes sociales” “P5: Considero que BeReal es una alternativa saludable a las redes sociales tradicionales” Fuente: Elaboración propia