

## **Time to BeReal: um estudo sobre o conceito de autenticidade na plataforma BeReal<sup>1</sup>**

Letícia Porfírio<sup>2</sup>

Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, PR

### **RESUMO**

No senso comum, existem diversas discussões de como o usuário manipula as imagens da sua vida para parecer mais atraente, não compartilhando aquilo que é autêntico. Em pesquisa, muito se avançou com discussões sobre o real nas mídias sociais digitais, entendendo que não existe uma vida verdadeira que é escondida do público, e sim recortes do cotidiano. Nesse contexto, o presente artigo pretende discutir a valorização da autenticidade, tendo como recorte a plataforma BeReal.

### **PALAVRAS-CHAVE**

BeReal; Autenticidade; Mídias Sociais Digitais.

### **INTRODUÇÃO**

O BeReal é uma mídia social digital que acumulou 21 milhões de downloads só no ano de 2022, sendo mais popular entre a geração Z (BOFFONE, 2022). Sua proposta é que os usuários postem uma foto diária, mostrando a vida cotidiana de forma ‘espontânea’, e ganhou destaque justamente por se posicionar como um ambiente digital sem filtros, sem edições e, portanto, mais ‘real’.

Em 2023, o dicionário americano Merriam-Webster escolhe a palavra ‘*authentic*’ (‘autêntico’, tradução livre) como a palavra do ano (MERRIAM-WEBSTER, 2023). Por si só, esse fato já poderia chamar a atenção de diversos pesquisadores, mas esse artigo só iniciou de fato depois do seguinte *tweet*:

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Tecnologias e Culturas Digitais, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutoranda em Comunicação e Linguagens – PPGCOM/UTP. Email: leti.porf@gmail.com

**Figura 1 - Tweet do BeReal**



Fonte: arquivo pessoal da autora

O perfil da plataforma BeReal comenta esse fato, deixando a entender que é algo relevante para a marca. Entende-se que o BeReal valoriza atitudes ‘reais’ em um mundo onde as imagens compartilhadas através destas plataformas online não condizem com a vida ‘real’.

Para Lipovetsky (2022) vivemos em uma era de incerteza e desconfiança, por isso muitas marcas começaram a valorizar “uma identidade verdadeira, uma imagem não-artificial” (LIPOVETSKY, 2022, p. 4). Esse discurso se aplica para a marca BeReal, que desde o início apresentou a plataforma como “a sua chance de mostrar para os seus amigos quem você realmente é, de uma vez” (BEREAL, 2022).

**Figura 2 - Site do BeReal**



Fonte: BeReal, 2024

Assim, inicia-se uma breve reflexão do contexto geral e específico que envolve essa plataforma, observando tendências anteriores que podem ter influenciado sua criação, como o Snapchat. Será importante também passar pela história e funcionamento do BeReal, entendendo como ele cria esse ambiente ‘real’ e ‘autêntico’. Por último, haverá a apresentação do termo ‘autenticidade’, a fim de tentar entender a valorização daquilo que é autêntico hoje através dessa plataforma.

## SNAPCHAT E EFEMERIDADE

Antes de falar propriamente sobre o BeReal, é necessário traçar um histórico para compreender o motivo da criação dessa plataforma. Ao final dos anos 10, surgiram diversas mídias sociais efêmeras, como Snapchat, YikYak, Slingshot e Frankly Chat, que se destacaram por prometerem a não permanência das publicações, apagando mensagens após a visualização (BAYER et al., 2016).

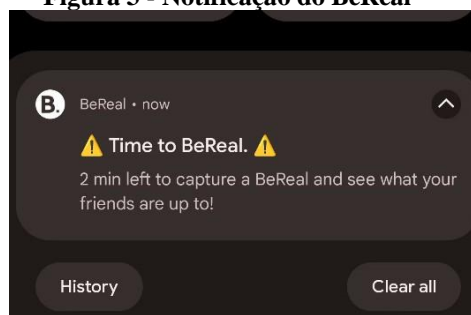
Especificamente, o Snapchat alcançou maior número de downloads, permitindo o compartilhamento de “snaps” (imagens e pequenos vídeos que desaparecem em poucos segundos) com amigos (VATERLAUS et al., 2016). Os usuários buscavam uma alternativa às redes sociais tradicionais, como o Facebook, onde as publicações permaneciam disponíveis em linhas do tempo (UTZ et al., 2015).

O Snapchat foi caracterizado como uma mídia social digital mais privada devido ao seu funcionamento: mensagens de visualização única em um chat privado entre usuários, desaparecendo após alguns segundos (VATERLAUS et al., 2016). No Brasil, o Snapchat tem enfrentado uma queda no número de usuários, coincidindo com a implementação da ferramenta de stories no Instagram, após a recusa do Snapchat em aceitar a oferta de compra da Facebook Inc. (FORBES, 2022).

## O BEREAL

BeReal é uma plataforma de fotografias instantâneas lançada em 2019 e popularizada em 2022, que incentiva os usuários a tirarem fotos reais do cotidiano, sem filtros ou edições, com até três publicações diárias (BOFFONE, 2022). O aplicativo envia uma notificação para que os usuários publiquem uma foto em dois minutos. Publicações feitas no prazo permitem mais duas fotos, enquanto as atrasadas permitem apenas uma. Os contatos são notificados do horário da postagem e podem ver quantas tentativas de foto foram feitas, incentivando a espontaneidade.

**Figura 3 - Notificação do BeReal**



---

Fonte: Android Police, 2023

Os usuários não podem acessar as fotos dos amigos antes de postar a sua própria, criando uma comunidade fechada. Diferente do Snapchat, que se foca em compartilhar momentos do dia-a-dia (como já diria o slogan “*Share The Moment*”), o BeReal promove a autenticidade e o ser autêntico.

## AUTENTICIDADE

O termo ‘autêntico’ normalmente é usado para descrever algo que é “fiel a um original” ou uma “representação confiável e precisa” (VARGA; GUIGNON, 2023). A discussão se estende por documentos, manuscritos, artes (como a “aura” de Benjamin), mas aqui será algo voltado para a subjetividade: como mostrar seu eu de uma forma autêntica?

Aspectos valorizados pelo modo de viver capitalista desempenharam um papel essencial na transição de uma personalidade interiorizada para a sua exposição. Com a internet e, especialmente, as mídias sociais digitais, a performance (SIBILIA, 2015) e as representações (GOFFMAN, 1956) do ser se tornam ainda mais comuns, já que são meios que possibilitam a visibilidade midiática do eu (SIBILIA, 2008).

Além do debate sobre representação e performance, também há um olhar para a cultura de marcas (KARHAWI, 2022). A sociedade encontra-se em uma realidade onde as marcas interagem com os consumidores e pessoas podem se tornar marcas, como é o caso de influenciadores digitais. Aquilo que é considerado autêntico está normalmente desligado do que é comercial (BANET-WEISER, 2012). Com isso, surge uma crise: como mostrar seu eu de forma autêntica em um ambiente com diversas interações comerciais? É indispensável lembrar também que as próprias mídias sociais digitais são marcas e possuem interesses comerciais.

Em 2023 o Instagram teve, sozinho, 768 milhões de *downloads*, sendo a maior mídia social digital do mundo. Observando suas *affordances* pode-se concluir que é uma plataforma que não só valoriza mas estimula o uso de filtros de imagem. Desde sua criação foram oferecidas diversas opções de filtros para as fotografias que seriam publicadas em *feed*.

Muitos desses filtros não apenas fazem ajustes básicos (contraste, saturação, etc) como os vistos no *feed*, mas possibilitam alterar os traços do rosto. A discussão sobre

os filtros pode se estender ainda, porém o artigo irá se ater ao que essa funcionalidade apresenta. O desejo por compartilhar imagens consideradas autênticas entra em contraste justamente com isso. Como já pontuado por Bruno (2013), há uma visão de que a autenticidade se revela no desvelamento do eu, e é justamente por isso que as *affordances* do Instagram podem começar a incomodar os usuários, que buscam um ambiente que encoraje o seu desvelamento. Nesse ponto, o BeReal se tornaria uma forte opção, uma vez que seu *affordance* principal é o compartilhamento de imagens espontâneas e sem filtros.

## CONCLUSÃO

Esta pesquisa encontra-se em desenvolvimento, portanto as conclusões apresentadas são parciais.

Após a discussão dos capítulos anteriores, é importante frisar que este artigo não sugere que a plataforma é uma oportunidade de compartilhar o que é autêntico. O BeReal é uma empresa que, assim como todas as outras, precisa gerar lucro em cima dos desejos e ambições de consumidores; uma vontade de compartilhar a vida cotidiana sem sentir que precisa esconder certos aspectos ou filtrar as imagens para deixar tudo mais atraente. Ao mesmo tempo, a própria plataforma permite que o usuário escolha se irá publicar a foto ou não, o que mostra que certos aspectos ainda podem ser filtrados e escondidos por opção de design do próprio BeReal. De qualquer forma, não há nada de mais ou menos real nessas imagens, partindo do princípio que tudo o que se escolhe publicar em uma mídia social digital é um recorte e uma simulação e que “a autenticidade também reside naquilo que se parece ser” (BRUNO, 2013, p. 75).

O BeReal é a consequência de uma geração de usuários que valoriza a expressão do eu e que identifica as *affordances* de outras mídias sociais digitais populares como repressoras dessa expressão (como Instagram).

## REFERÊNCIAS

- BANET-WEISER, S. *Authentic™: The Politics of Ambivalence in a Brand Culture*. New York & London: New York University Press, 2012.
- BAYER, J. B., ELLISON, N. B., SCHOENEBECK, S. Y., & FALK, E. B. (2016). **Sharing the small moments: Ephemeral social interaction on Snapchat**. *Information, Communication & Society*, 19(7), 956–977.

- BeReal. (2022). **BeReal. Your friends for real.** Disponível em:  
<<https://apps.apple.com/us/app/bereal-your-friends-for-real/id1459645446>>. Acesso em: 10 de junho de 2024.
- BOFFONE, T. **Do You Want to Make a TikTok? Is It Time to BeReal?: Gen Z, Social Media, and Digital Literacies.** Journal of Language & Literacy Education/Ankara Universitesi SBF Dergisi, v. 18, p. 1-7, 2022.
- BRUNO, F. **Máquinas de ver, modos de ser: vigilância, tecnologia e subjetividade.** Porto Alegre: Sulina, 2013.
- Forbes, 2022. **Qual o futuro do Snapchat e seus desafios no Brasil?.** Disponível em:  
<<https://forbes.com.br/forbes-tech/2022/09/qual-o-futuro-do-snapchat-e-seus-desafios-no-brasil>>. Acesso em: 06 de novembro de 2023.
- GOFFMAN, E. **The presentation of self in everyday life.** University of Edinburgh, 1956.
- GOMES, D. F. V. Do sentido à ação: uma análise sobre percepção e efetivação das affordances comunicativas do smartphone na Mídia Ninja. 2018.
- KARHAWI, I. **Autenticidade, intimidade e coconstrução: mapeamento das características da produção de conteúdo dos influenciadores digitais.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO-INTERCOM. 2022. p. 1-15.
- LIPOVETSKY, G. **A sacração da autenticidade.** Leya, 2022.
- MERRIAM-WEBSTER, 2023. **Word of the Year 2023.** Disponível em:  
<<https://www.merriam-webster.com/wordplay/word-of-the-year>>. Acesso em: 23 de abril de 2024.
- SIBILIA, P. **O show do eu: A intimidade como espetáculo.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.
- SIBILIA, P. **Autenticidade e performance: a construção de si como personagem visível.**  
Revista Fronteiras, v. 17, n. 3, 2015.
- VARGA, S.; GUIGNON, C. **"Authenticity"**. The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Summer 2023 Edition). Edward N. Zalta & Uri Nodelman Disponível em:  
<<https://plato.stanford.edu/archives/sum2023/entries/authenticity/>>. Acesso em: 10 de junho de 2024.
- VATERLAUS, J. Mitchell et al. **Snapchat is more personal: An exploratory study on Snapchat behaviors and young adult interpersonal relationships.** Computers in Human Behavior, v. 62, p. 594-601, 2016.
- UTZ, S., Muscanell, N., & Cameran, K. **Snapchat elicits more jealousy than Facebook: a comparison of Snapchat and Facebook use.** Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 18, 1e6, 2015.