

A TRANSFORMAÇÃO DA REDE SOCIAL INSTAGRAM DESDE A SUA CRIAÇÃO ATÉ AOS DIAS ATUAIS¹

The transformation of the social network instagram from its creation to the present day

FERREIRA, Romeu², RODRIGUES, Noa³, PEREIRA, Matilde⁴, BARROS, Beatriz⁵, & RODRIGUES, João⁶

Resumo

O presente estudo analisa a transformação da rede social Instagram desde a sua criação em 2010 até aos dias atuais, enfocando as mudanças tecnológicas, culturais e sociais que moldaram a plataforma. Inicialmente concebida como uma aplicação simples para partilha de fotografias, o Instagram evoluiu para um espaço multifacetado de comunicação visual, marketing, entretenimento e ativismo, integrando ferramentas como stories, reels, hashtags e funcionalidades de comércio online. A pesquisa aborda a evolução histórica das redes sociais, desde as primeiras experiências de comunicação digital, como o Arpanet, até à atualização constante proporcionada pelos smartphones, e discute o impacto psicológico e social da utilização intensiva das redes, incluindo ansiedade, dependência digital e cyberbullying. O estudo destaca ainda o papel dos jovens na rápida adoção e transformação das redes sociais, bem como os desafios éticos e sociais emergentes, como a privacidade, a manipulação algorítmica e a disseminação de informações falsas. Conclui-se que o Instagram reflete e influencia a sociedade digital contemporânea, exigindo um uso consciente e equilibrado para maximizar benefícios e minimizar impactos negativos.

Abstract

This study analyzes the transformation of the social network Instagram since its creation in 2010 to the present day, focusing on the technological, cultural, and social changes that have shaped the platform. Initially conceived as a simple photo-sharing application, Instagram has evolved into a multifaceted space for visual communication, marketing, entertainment, and activism, integrating tools such as stories, reels, hashtags, and online commerce features. The research addresses the historical evolution of social media, from the first experiments in digital communication, such as Arpanet, to the constant updates provided by smartphones, and discusses the psychological and social impact of intensive use of social media, including anxiety, digital addiction, and cyberbullying. The study also highlights the role of young people in the rapid adoption and transformation of social media, as well as emerging ethical and social challenges such as privacy, algorithmic manipulation, and the spread of false information. It concludes that Instagram reflects and influences contemporary digital society, requiring conscious and balanced use to maximize benefits and minimize negative impacts.

Palavras-chave: *Instagram; redes sociais; comunicação digital; saúde mental.*

Key-words: *Instagram; social media; digital communication; mental health.*

Data de submissão: setembro 2024 | **Data de publicação:** dezembro 2024.

¹ Artigo padronizado, formatado, colocado no template e indexado pela equipa de voluntários da MUNDIS – Associação Cívica de Formação e Cultura: <https://www.mundiseventos.pt/>.

² ROMEU FERREIRA – UTAD | Mestrado em Ensino de Informática, PORTUGAL.

³ NOA TÁBOAS RODRIGUES - UTAD | Mestrado em Ensino de Informática, PORTUGAL.

⁴ MATILDE MARTINS PEREIRA - UTAD | Mestrado em Ensino de Informática, PORTUGAL.

⁵ BEATRIZ SILVA BARROS - UTAD | Mestrado em Ensino de Informática, PORTUGAL.

⁶ & JOÃO BARTOLOMEU RODRIGUES - UTAD, PORTUGAL. Email: jbarto@utad.pt

INTRODUÇÃO

O presente trabalho centra-se no âmbito da unidade curricular História da Comunicação e dos Media.

Este trabalho retrata o tema “A transformação da rede social Instagram desde a sua criação até aos dias atuais”.

Atualmente o tempo que passamos online e nas redes sociais é cada vez maior, e dado que o Instagram é das redes sociais mais utilizadas nos dias de hoje, principalmente pelos jovens, decidimos direcionar o tema do nosso estudo para esta plataforma. Sendo que as redes sociais são um grande tópico de debates na atualidade este tornou-se um tema pertinente e interessante para ser abordado no nosso estudo.

As redes sociais são uma ferramenta muito utilizada pelas pessoas no mundo todo, mas o seu impacto nem sempre foi o mesmo, aquilo que começou como uma ferramenta de conhecer e interagir com pessoas, ao longo dos tempos, foi-se modificando e é visto, hoje em dia, como um espaço onde se pode usufruir de diversos tipos de conteúdos e descobrir novos interesses.

Redes sociais como o *Youtube*, o *TikTok* e o *Instagram* podem levar um utilizador à fama e possibilitam que os seus utilizadores recebam dinheiro dos conteúdos que criam. Devido a isso termos como “*Youtuber*” e “*influencer*” passaram a fazer parte do léxico da população, que encontram exemplos a seguir e formas de aliviar os seus problemas, bons ou maus, fazem com que muitos dos jovens, hoje em dia, sonhem em ser *Youtubers* ou *influencers* digitais.

Mark Zuckerberg, CEO da empresa META que detém as redes sociais *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp*, entre outras, disse numa entrevista em 2020, que as redes sociais foram criadas para gerar ligações e interagir com as pessoas, e isto fez-nos refletir como as redes sociais estão a ser empregues agora em comparação de como eram usadas no início da sua criação.

Os cidadãos estão quase que dependentes das redes sociais hoje em dia, e grande parte dos ávidos utilizadores desenvolve sintomas de stress e ansiedade caso não possam aceder às redes sociais por grandes períodos de tempo.

Com este trabalho nós pretendemos compreender como a rede social *Instagram* surgiu e transformou-se ao longo dos anos, tendo em conta as mudanças pelas quais esta passou e o impacto que esta rede tem nos seus utilizadores a nível psicológico e a nível social.

Pretendemos também saber como a interação entre rede social e utilizador mudou ao longo dos tempos e que impactos isso causou na sociedade da época.

REVISÃO DA LITERATURA

Definição de rede social

A internet representa hoje, sem dúvida, em todo o mundo, um dos melhores e mais baratos meios de comunicação, ocupando, diariamente, milhões de computadores, linhas telefônicas, tablets e smartphones, onde pessoas buscam obter os mais variados tipos de informações (Vasconcelos e Brandão 2017).

Filipe Carrera, afirma que as redes sociais são “uma estrutura social composta por entidades (indivíduos e organizações), que está interligada de diversas maneiras e que partilha valores, ideias, fluxos financeiros, amizades, sentimentos amorosos, laços familiares, etc.” (Carrera 2011). Uma das características fundamentais na definição das redes sociais é a sua abertura e porosidade, possibilitando relacionamentos entre as pessoas.” (Oliveira, 2016). Uzzi e Spiro (2005) definiram uma rede social como uma estrutura de uma rede de comunicação densamente agrupada e com ligações curtas entre os seus membros (ou seja, o número médio de passos que leva cada ator da rede para atingir os outros) (Sousa, 2017).

História e evolução das redes sociais

Não é novidade para ninguém que as tecnologias, mais especificamente, as redes sociais se tornaram uma grande parte das nossas vidas e do nosso dia a dia, tanto a nível pessoal como a nível profissional, (Baynast et al., 2018; Duncan & Moriarty, 1998).

Durante muito tempo, foi a televisão a maior invenção tecnológica e a maior fonte de acesso à informação que as pessoas dispunham, no entanto esta deixou de o ser com o aparecimento da internet e das redes sociais, que permitiu a criação e a visualização de conteúdo por todos os seus utilizadores, alcançando um grande número de pessoas de uma só vez (Cardoso, 2011).

Mas afinal o que são redes sociais? Segundo o dicionário da língua portuguesa redes sociais são: "1. conjunto de relações entre pessoas ou organizações que partilham interesses, 5 conhecimentos e valores comuns, por meio da internet" ou "2. site ou página da internet onde se estabelece esse tipo de relações, através da publicação de comentários, fotos, links, etc."

Kaplan & Haenlein, 2010 por sua parte, caracteriza as redes sociais como um conjunto de aplicações onde é possível a troca e criação de informações entre os seus utilizadores. Esta troca de informações, através das variadas plataformas acaba por ajudar a estabelecer ligações entre os usuários, daí as redes sociais terem origem em duas áreas diferentes de estudo, a área da comunicação e a área da sociologia (Peters et al., 2013) e é destas ligações criadas, que a palavra redes surge em redes sociais, bem como este conceito de redes que advém da teoria dos grafos, proposta inicialmente por Leonhard Euler um matemático e físico suíço em 1736 (Ferreira, 2011).

A teoria dos grafos, tem por base o estudo dos grafos, que são conjuntos de vértices e arestas que se ligam entre eles, o que também acontece através das redes sociais com as pessoas (Lucchesi, 1977). Com o passar dos anos, a forma como nos comunicamos, foi um aspeto que sofreu sem dúvida muitas transformações, passando pelas cartas, pelos correios, pelos computadores e telemóveis. Simultaneamente a tecnologia ia evoluindo e com ela a forma de comunicar também sofria alterações. Nesta medida, as tecnologias através das redes sociais desenvolveram uma ferramenta de comunicação muito poderosa para os dias de hoje. No entanto, as redes sociais nem sempre foram como as conhecemos na atualidade, ao longo dos anos, como já referido, elas foram-se transformando e adaptando às necessidades dos seus utilizadores.

Nos inícios do ano 30, por culpa da segunda guerra mundial muitos psicólogos emigraram da Alemanha Nazista para os Estados Unidos com a intenção de promover os seus estudos. Os principais psicólogos, que emigraram e que de certa forma ajudaram na formação das redes sociais foram: Kurt Lewin, Heider e Jacob Moreno, sendo este último o responsável por desenvolver técnicas quantitativas de recolha de dados relacionais, que apresentou através de gráficos com recurso à observação e recolha sistémica de dados (sociometria). Este pensamento sistémico leva as redes a desenvolver novos valores, novas formas de pensar e novas atitudes, resultando no uso, pela primeira vez, em 1954 por John A. Barnes, da palavra redes sociais (Fialho, 2014).

Os grandes responsáveis pela transformação das redes sociais de forma tão rápida e impressionante são, segundo (Boyd, Ellison, 2007:211), os jovens, pois de acordo com um estudo realizado, os jovens na década passada, que remete aos primeiros anos após o aparecimento dos computadores e da internet, encontravam-se emocionados e confortáveis com a sua utilização. Todavia, antes de as redes sociais se globalizarem e chegarem ao resto da população, começou a ser utilizada em 1969, especificamente, entre quatro universidades

dos Estado Unidos o “arpanet”, uma rede social desenhada para facilitar a comunicação entre as quatro universidades. Mais tarde, foram lançados os sites (as primeiras plataformas digitais), que foram um portal para a comunicação online, e estas por sua vez abriram portas para as primeiras redes sociais. Isto tudo era acessível através dos computadores, mas com o passar do tempo, com as rápidas transformações que estavam a acontecer e o aparecimento dos smartphones essas experiências acabaram por mudar-se para os telemóveis. O que nos leva à nossa atualidade onde todos nós temos redes sociais e telemóveis connosco, que nos permitem acesso rápido e em qualquer lugar (*The Evolution of*, 2021).

Como utilizar as redes sociais:

Kaplan & Haenlein (2010), disponibilizam cinco indicações de como ser influente nas redes sociais:

- Ser ativo - criar envolvimento com os clientes (público-alvo);
- Ser interessante - o primeiro passo é perceber “o que os clientes gostavam de saber, o que gostavam de falar e o que podem achar interessante e valioso”. O segundo passo, e último neste tópico, é partilhar, através das plataformas, conteúdos que vão de encontro às expectativas dos clientes;
- Ser humilde - aprender continuamente como usar as redes sociais;
- Não ser profissional - ser comum, evitar conteúdos excessivamente profissionais pois a naturalidade acaba por conquistar mais pessoas devido a uma maior identificação com o “influencer”;
- Ser honesto - respeitar as regras de uso de qualquer tipo de rede social;

- Escolher cuidadosamente - escolher o tipo de social media que melhor se adequa à organização ou marca e onde se encontram os seus consumidores;
- Garantir coerência - para quem possui mais do que uma plataforma nas redes sociais, é importante manter a mesma coerência em todas as plataformas;
- Garantir integração dos media: integração entre o social media o media tradicional;
- Acessibilidade a todos: verificar se o acesso está disponível para todos.

Redes sociais nos dias de hoje

As redes sociais tornaram-se um dos principais pilares da comunicação e interação na sociedade contemporânea. O que começou como ferramentas simples para conectar pessoas transformou-se em plataformas multifacetadas, que impactam áreas como negócios, educação, entretenimento, política e até saúde mental.

O *Instagram*, *Facebook*, *TikTok*, *Twitter* (agora *X*) e muitas outras redes são hoje indispensáveis para milhões de pessoas ao redor do mundo. Nos últimos anos, as redes sociais alteraram profundamente a forma como nos conectamos e comunicamos. A possibilidade de interagir em tempo real, compartilhar momentos e criar conteúdos democratizou o acesso à informação e deu voz a milhões de pessoas com temas e causas muito importantes de ser ouvidas.

Hoje, é possível manter contato com familiares distantes, criar comunidades com interesses comuns e promover causas sociais com uma simples publicação online. Apesar das vantagens, as redes sociais também trazem desafios significativos. Estudos apontam que o uso excessivo pode levar a problemas como ansiedade, depressão, sensação de inadequação e dependência digital. O constante bombardeio de informações e a busca por validação através dos “likes” e comentários influenciam a saúde mental de muitos utilizadores, especialmente entre jovens.

No âmbito social, as redes sociais moldaram a forma como consumimos conteúdo e interagimos com o mundo. Campanhas publicitárias, movimentos políticos e até debates sobre questões globais ganham amplitude graças a essas plataformas.

No entanto, a disseminação de *fake news* e o discurso de ódio são problemas persistentes que requerem atenção e regulação. Para as gerações mais jovens, as redes sociais são quase uma extensão da sua identidade. Aplicações como o *TikTok* e o *Instagram*, por exemplo, são muito mais do que entretenimento, tornaram-se espaços para autoexpressão, empreendedorismo e até ativismo. Todavia, o consumo incessante de conteúdos idealizados pode distorcer a visão da realidade, promovendo padrões inalcançáveis e aumentando a pressão social. O futuro das redes sociais aponta para uma integração ainda maior com as nossas vidas.

Contudo, essas inovações trazem novos dilemas éticos, como a privacidade dos dados e a manipulação algorítmica. As redes sociais são um reflexo e um motor da sociedade moderna. Embora ofereçam oportunidades incríveis de conexão e desenvolvimento, é crucial promover o uso consciente e equilibrado, garantindo que as pessoas possam beneficiar delas sem comprometer a sua saúde mental e a integridade social. Nos últimos anos, a internet tem vindo a ser o palco de expansão de várias plataformas de comunicação online, que parecem ter ganho um lugar proeminente nas práticas da vida quotidiana das pessoas em todo o mundo.

Segundo Ito et al. (2010), os media digitais estão incorporados no nosso dia-a-dia e fazem parte de um conjunto de alterações na maneira como produzimos conhecimento, como nos comunicamos e como nos expressamos criativamente.” (Almeida 2012). O uso das redes sociais tornou-se uma parte normal da vida dos jovens. Os seus benefícios incluem a capacidade de se comunicar com amigos, o acesso informações rapidamente e obter novos conhecimentos, além de manter contacto com mentores adultos, incluindo pais, familiares e professores (Matos et al 2020). O tempo gasto online, especialmente se o uso das mídias sociais for frequente e/ou problemático, substitui as oportunidades de se envolver em atividades sociais 8 presenciais, construtivas e protetoras que promovem o desenvolvimento sócio emocional e moral do cidadão (Matos et al 2020).

As associações entre uso intenso e problemático e *cyberbullying* podem ser exacerbadas por vulnerabilidades cognitivas, emocionais e sociais associadas, porque este fornece uma maneira segura e anónima de expressar frustrações, o que pode se traduzir em agressão online entre jovens vulneráveis. (Matos et al 2020) “A maré mudou. As grandes esperanças em relação ao impacto positivo da Internet e da participação digital na sociedade civil diminuíram nos últimos anos.” (Treré, 2016) e o florescimento de movimentos sociais e ativismo da média digital, possibilitados pela Internet, vieram ao de cima, e revelaram-se comuns nos últimos anos.

O mundo digital é agora cada vez mais discutido em termos do seu papel em colocar a democracia em risco e polarizar o debate público ao propagar visões extremistas e falsidades.” O lado sombrio das tecnologias da média digital é que elas também podem ser meios de supressão, em vez de ferramentas de empoderamento” (Treré, 2016). Da mesma forma, a percepção da chamada “media alternativa” como portadores benéficos de esferas contra públicas, dando voz a posições minoritárias e críticas como importantes corretivos para posições dominantes no debate social, mudou. “Oásis de voz e deliberação anteriormente romantizados, que fornecem uma brisa fresca para o progresso democrático, agora são suspeitos de representar pântanos imundos de ecologias de desinformação, ferramentas vis para agitação política ou mesmo impulsionadores da radicalização.” (Schwarzenegger 2021).

INSTAGRAM

Acreditemos ou não, o *Instagram* nem sempre foi como o vemos hoje. Mesmo sendo uma das aplicações com mais utilizadores (com mais de mil milhões de utilizadores mensais), passou por várias alterações para chegar à sua versão atual, e ainda assim imperfeita.

Sarah Frier, no seu livro “Sem Filtro”, diz que “O *Instagram* foi uma das primeiras aplicações a explorar a fundo a nossa relação com os telefones, levando-nos a viver por intermédio de uma câmara para obter como recompensa validação digital.”.

Frier refere que os fundadores da rede social tentaram ao máximo preservar a ideia original, evitando alterar aquilo que funcionava, como as maneiras de medir o “sucesso”, as mesmas que continuam a permitir que os utilizadores se comparem uns com os outros. “Com cada gosto e seguidor, o utilizador recebia uma pequena dose de satisfação, enviando dopamina para os centros de recompensa do cérebro”, escreve a autora. Os tempos evoluem e com isso a aparição dos filtros. O *Instagram* passou a integrar mais uma ferramenta de comparação com os outros no seu software e as imagens passaram a ser melhoradas com os mesmos repetidamente. “Os utilizadores passaram a acreditar que tudo o que viam fora editado”, diz Frier,

A realidade não interessava tanto como a inspiração e a criatividade”. Sarah Frier acrescenta ainda que a comunidade de utilizadores criou a hashtag *#nofilter* para distinguir os seus conteúdos daqueles que foram modificados. Segundo o mesmo livro, um curto período de tempo depois da aplicação ter alcançado os seus mil milhões mensais, em 2018, os seus criadores deixaram a empresa. Systrom e Krieger descobriram que mesmo que se chegue aos mais altos escalões do mundo dos negócios, nem sempre se obtém o que se quer.

E assim começa a jornada do Instagram pelo mundo. Uma pequena ideia pode tornar-se a maior rede social dos últimos tempos, e um simples universitário, o originário de um grande império construído com a sua imaginação, suor e lágrimas.

Criadores

Kevin Systrom, nascido a 30 de dezembro de 1983, não pensava em desistir da faculdade e mesmo assim encontrou-se com Mark Zuckerberg. É assim que Sarah Frier começa a explicar como é que um simples universitário, que recusou o convite do jovem Zuckerberg para o ajudar a implementar a imagem no que era um rascunho do atual *Facebook*, se tornou cofundador e criador da ideia original da rede social mais famosa, o *Instagram*.

De acordo com o livro de Frier, Systrom já tinha um site protótipo, o *Photobox*. Esse site dava liberdade a quem quisesse para pôr ficheiros de imagem pesados e poder imprimir-los ou partilhá-los. Apesar do interesse de Zuckerberg no simples programador, a mentora do programa de empreendimento de Systrom disse-lhe que o *Facebook* não passaria 10 de uma moda. O jovem estudante considerou e escolheu ir estudar para Florença ao invés de se aventurar na pequena *startup* de Mark Zuckerberg.

Frier, contando a história de Kevin Systrom ao pormenor, acaba por referir que este trabalhou em vários cafés, tentando aprimorar a sua fotografia, experimentando novos estilos e aprendendo a fazer cappuccinos. A *Facebook* conseguiu integrar as fotos sem a colaboração de Systrom e este “[...] sentiu que fora uma oportunidade perdida.”. Mais tarde na vida de Systrom mas em questão de páginas no livro de Sarah, Systrom constrói o *Burbn*, um website que “Permitia às pessoas dizerem onde estavam, ou aonde pensavam ir, para os amigos se juntarem.”. O criador do *Burbn* e o nosso personagem principal acabou por conhecer Steve Anderson, segundo a autora o “responsável por uma mais discreta loja de investimento chamada *Baseline Ventures*”, que se interessou pelo

trabalho de Systrom e deu algumas condições para o poder apoiar financeiramente. A principal condição dada por Anderson foi que teria de arranjar um cofundador, então o criador começou a sua procura.

Em primeiro lugar, tentou pedir ajuda ao seu companheiro “nas brincadeiras com aplicações”, segundo Frier. Hochmuth recusou. No entanto, diz a autora, que sugeriu que pedisse a Mike Krieger, que teria sido um dos primeiros usuários da Burbn.

Mike Krieger, nascido a 4 de março de 1986, também estudante americano e criado no Brasil. Construiu a sua primeira aplicação, *Crime Desk SF*, que era um banco de informações sobre os crimes em São Francisco, mas que não fez muito sucesso. Ao convite de Systrom, no entanto, Sarah Frier diz que respondeu positivamente e com entusiasmo, tornando-se assim cofundador oficial.

Claro que, sendo brasileiro, Krieger precisou de atualizar o seu visto e provar ao governo americano que a Burbn era uma empresa fiável para se trabalhar. Isto fez com que Systrom e o seu mais recente cofundador precisassem de arranjar maneira de mostrar ao governo e às pessoas que eram de confiança. Para isso, a autora escreve que “Explicaram aos funcionários que planeavam vir a fazer dinheiro com um sistema local de cupões [...]” e forçaram a ideia de que no terceiro aniversário da aplicação teriam um milhão de utilizadores.

A autora dá detalhes de toda a relação dos cofundadores até chegarem a sair da empresa em 2018. Mas do Burbn ao Instagram, houve um caminho muito maior a ser percorrido.

Do protótipo à aplicação

Em Sem Filtro conseguimos obter uma descrição pormenorizada de todo o caminho dos dois programadores com a aplicação, mas neste trabalho vamos só abordá-la por alto com base nas informações que Sarah Frier recolheu.

Systrom continuou a trabalhar com Krieger apesar dos altos e baixos e do medo de acabarem como os fundadores do *Twitter* ou do *Facebook*, mas não confiavam em mais ninguém se não um no outro. Com a ajuda financeira de Anderson e a busca por mais investidores, foram testando diversas formas de melhorar e modificar o seu *website* inicial.

Fizeram uma aplicação que fosse compatível com *iPhone* tentando encontrar o caminho para a sua aplicação de sucesso. “Qual era o *Twitter* de Systrom e Krieger?”, pergunta Sarah Frier. Entre preocuparem-se com o dinheiro que tinham e trabalhar num ambiente caótico como era o café onde se encontravam para trabalhar, os fundadores viram-se obrigados a fazer uma “sessão de brainstorming”, como descreve a autora, num quadro branco que conseguiram arranjar. Decidiram assim que as fotos eram a característica principal da sua aplicação e começaram a trabalhar a partir daí. Fizeram apenas a aplicação para *iPhone* pois era o que Krieger sabia fazer melhor: “O primeiro protótipo chamou-se *Scotch*”, é assim que Sarah Frier começa a contar a jornada dos dois jovens adultos pelo longo caminho de protótipos. Decidiram que as fotos seriam quadradas, que os seguidores seriam por interesses, como no *Twitter*, e não por amizades, como no *Facebook*, que para gostar era apenas clicar duas vezes e usaram uma polaroid branca para logotipo. O nome, no entanto, foi mais complicado. Mais tarde, inseriram os filtros, “Se as pessoas iam passar as fotos por filtros, mais valia fazerem-no dentro da aplicação”, pensava Systrom. Mantiveram a aplicação num estilo minimalista para que fosse algo novo e chamativo. Mais tarde, depois de muito pensar, arranjaram um nome 12 que queriam que fosse de fácil pronúncia e escrita. E “por isso arranjaram «Instagram», uma combinação de «instantâneo» e «telegrama»”.

A 6 de outubro de 2010, de acordo com Frier, o Instagram foi lançado e automaticamente tornou-se viral. Muita coisa mudou, desde *stories* a *reels*, passando por uma loja online e o próprio botão de partilha. Mas o Instagram é essencialmente o mesmo: minimalista e de fácil uso, para que continue a funcionar para todas as pessoas.

Ferramentas do Instagram

Uma das ferramentas é a opção de marcação de utilizadores com o uso do ícone @ seguido do nome de utilizador registado na rede, permitindo o acesso facilitado aos pequenos empreendedores um ganho de notoriedade na comunidade sem custo. (SILVA; RIOS, 2016). Uma outra ferramenta que incorpora o *Instagram*, promovendo a interatividade, adesão por meio do compartilhamento de imagens, perguntas, além de interações ao vivo, são os *stories*, onde os conteúdos são disponibilizados a todos os utilizadores, em formato de Broadcast, ou seja, acessando ao primeiro conteúdo da linha do tempo, os outros serão exibidos sequencialmente, em formato *looping* infinito.

Dentro dos *stories*, é possível encontrar mais ferramentas como o *Boomerang*, que permite a criação de vídeos curtos similares aos *GIFS* disponibilizados na galeria do próprio Instagram, podendo adicionar clima, *stickers*, músicas e outros. (MIGUEL, 2019; AGUIAR, 2016).

A aplicação Instagram oferece filtros em fotos e vídeos, além de publicá-las num perfil, onde os seguidores poderão ver, gostar, comentar e compartilhar (PEIXOTO, 2015).

O Instagram fornece a ferramenta *hashtag*, por meio do uso do ícone #, que permite um agrupamento de postagens correlatas em uma mesma *tag* que em inglês quer dizer etiqueta. As *tags* na internet são palavras que servem justamente como uma etiqueta e ajudam na hora de organizar informações, facilitando assim sua localização, pois a *hashtag*, transforma-se em um *hyperlink*, promovendo aos utilizadores resultados mais ágeis, proporcionando o encontro dos conteúdos. Desta forma, o engajamento entre usuários e 13 marcas é 10 vezes maior em relação ao Facebook. Graças a 70% dos *hashtags* mais utilizadas no mundo, pois são correlatas a marcas e produtos (Castro, 2021).

CONCLUSÃO

O *Instagram* nasceu em 2010 com o objetivo de ser uma plataforma simples para compartilhamento de fotos.

Desde então, evoluiu significativamente, moldando e sendo moldado por mudanças culturais, sociais e tecnológicas. Inicialmente focado em capturar momentos do dia a dia, ele acabou por se transformar num poderoso motor de comunicação visual e de negócios.

Hoje, o *Instagram* não é apenas uma rede social é um espaço de influência cultural, marketing, entretenimento e ativismo. A introdução de ferramentas como *stories*, *reels* e compras online demonstrou a sua capacidade de adaptação às exigências dos usuários e às tendências globais. Essas inovações tornaram-no uma plataforma versátil, conectando pessoas, marcas e comunidades de forma instantânea e interativa.

Vivemos um período em que já nem se coloca a hipótese de sair de casa e não levar atrelado o telemóvel (como se de um bem essencial à vida se tratasse). Isto porque é um recurso prático, facilmente transportável e que nos dá todas as informações e notícias relevantes dos quatro cantos do mundo com uma rapidez quase sobrenatural. No entanto,

a máxima que dita que esta dependência apenas aos jovens diz respeito, não é condizente com a realidade em que vivemos.. Os meios de comunicação vieram arrebatando tudo e todos, sem deixar ninguém isento. Os hábitos; as rotinas; as ideologias: tudo mudou e todos são exemplos disso.

Adolescentes envolvidos no universo das redes sociais ou adultos que viram o paradigma alterar à frente dos seus olhos: ninguém sai indiferente da avalanche dos títulos alarmistas, dos textos fraturantes e da rapidez de propagação.

As redes sociais estão munidas de uma enormidade de funções e ferramentas que vão muito além daquilo que se imaginava há uns anos sobre os dias de hoje. O Instagram dá-nos o poder de fazer, praticamente, tudo aquilo que imaginamos. Fazer algo de útil e aprazível para a sociedade. Fazê-lo ou não? Está nas nossas mãos.

Sendo assim, podemos concluir, que a evolução do *Instagram* trouxe desafios, como o impacto na saúde mental e a pressão pela perfeição. Esses pontos destacam a dualidade do progresso tecnológico: enquanto facilita conexões e oportunidades, também exige uma reflexão sobre o uso responsável e ético das plataformas digitais. Assim, o Instagram representa uma janela para a transformação da sociedade digital, onde a forma como comunicamos, consumimos e nos expressamos continua em constante reinvenção.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Almeida, D. F. A. (2012). *Redes sociais e educação para os media: Um retrato da imprensa portuguesa*. RCAAP. <http://hdl.handle.net/1822/23262>

Alves, P. C. (2021, maio). O contributo das redes sociais e do marketing de conteúdo para a fidelização do cliente de ginásios portugueses. RCAAP. https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/36577/1/luis_alves.pdf

Cardoso, F. S. (2017, 6 de novembro). A evolução das redes sociais na execução de projetos em um agrupamento escolar. *SciELO*. <https://www.scielo.br/j/estpsi/a/vNKLTWqdb6fJSsKVLQfstLs/?lang=pt>

Cardoso, G. (2011). *Redes sociais: Comunicação e mudança*. Repositório ISCTE.

Carrera, F. (2011). *Networking – Guia de sobrevivência profissional* (2.^a ed.). Edições Sílabo. ISBN 978-972-618-639-7

Costa Ferreira, G. (2011). *Redes sociais de informação: Uma história e um estudo de caso* (Tese de mestrado). Universidade de São Paulo.

Frier, S. (2021). *Sem filtro: Como o Instagram transformou os negócios, os influenciadores e a sociedade*. Clube do Autor.

<https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/bitstream/123456789/2008/1/Final%20TCC%20Thaynara%20Castro%20-%202021.pdf>

Grover, P., Kumar Kar, A., & Dwivedi, Y. (2022). The evolution of social media influence: A literature review and research agenda. *ScienceDirect*.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2667096822000593>

Matos, M., Craig, W., King, N., Vieno, A., & Molcho, M. (2020). Social media use and cyber-bullying: A cross-national analysis of young people in 42 countries. RCAAP.

<https://repositorio.ul.pt/handle/10451/43714>

Oliveira, L. S. de, & Alturas, B. (2016). Utilização das redes sociais: Impacto na reputação das empresas. RCAAP. <https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/25345>

Rocha Fialho, D. M. (2014). *Análise de redes sociais: Princípios, linguagem e estratégias de ação na gestão do conhecimento*. Repositório Universitário de Évora.

Schwarzenegger, C. (2021, 3 de fevereiro). Communities of darkness? Users and uses of anti-system alternative media between audience and community. RCAAP.

<https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/3418>

Vasconcelos, F. A., & Brandão, F. H. (2017, 5 de junho). As redes sociais e a evolução no século XXI. *Google Académico*.

<https://periodicos.unipe.br/index.php/direitoedesenvolvimento/article/view/225>

The evolution of social media (1994–2022): How it changed the way we live. (2022). Screenplay by Evolution of.