

#tbt e o problema da instantaneidade e do imediatismo no Instagram¹

Bianca ANTUNES²

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, RJ

Resumo

A utilização de hashtags no conteúdo das postagens é uma prática que começou no Twitter, mas foi popularizada no Instagram. Uma das mais utilizadas pelos usuários do aplicativo e com mais de 375 milhões de citações, a #tbt indica que está sendo publicada alguma foto do passado que remete a uma lembrança ou sentimento de saudade ou que foi feita horas ou mesmo alguns dias depois do registro da imagem. O objetivo do artigo é, levando em conta a instantaneidade (Lissofsky, 2003) do clique, a convergência (Jenkins, 2009) do conteúdo, a mobilidade do dispositivo (Foucault, 2007, Agamben, 2009) e relações mediadas por imagens (Primo, 2008), refletir se os instagramers, ao utilizar a #tbt, estão modificando a noção de tempo e de espaço do sujeito no cotidiano e alterando uma diversidade de olhares, percepções e a subjetividade (Guattari e Suely Rolnik, 1996) em rede, de forma instantânea.

Palavras-chave:

Instagram; tbt; instantaneidade; convergência; subjetividade

Introdução

Ao longo de mais de 150 anos de existência no mundo, fotografia digital vem potencializando a circulação e a exposição das imagens e, atualmente, verbos como revelar e velar vem sendo substituídos por aplicar filtros e dar *zoom*. A partir disso, é possível pensar na existência de narrativas no âmbito das mídias móveis onde experiências do dia a dia, como fazer e publicar uma fotografia, passam a ter grandes proporções. Com isso, a relação entre fotografia e indivíduo ficou ainda mais à disposição para dar novos propósitos às dinâmicas comunicacionais e parece unir comunicação e imagem sem dificuldade.

A partir do momento em que o aparato fotográfico se tornou mais popular e teve seu uso simplificado pela tecnologia com o uso de sites de redes sociais (Recuero, 2009),

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre em Comunicação pela UERJ - email: bianca_antunes@hotmail.com

como o Instagram, as formas de distribuição de imagens foram postas em evidência, aumentando a participação dos usuários na plataforma que expõem relacionamentos pessoais e profissionais, afetividades e discussões de diversas ordens. Por esse viés, podemos pensar que não se trata apenas de um aplicativo de celular que compartilha somente o instante, mas também emoções, lembranças, experiências mediadas por imagens.

Ao ampliar as experiências da realidade tradicional, a plataforma tornou-se o lugar onde convergem e ganham novas dimensões as mais variadas práticas como o uso da #tbt para indicar que está sendo postada uma foto que não foi tirada minuto antes da publicação. Trata-se de um recurso que vem utilizado pelos instagramers com frequência e que pode estar mudando a lógica de funcionamento do Instagram que carrega na sua essência a instantaneidade e imediatismo.

Dessa forma, podemos considerar não só a instantaneidade na captura da foto, mas também do replique e compartilhamento desse instante capturado. Ao publicar uma foto, o instagramer permite ao seguidor/observador simular a sua própria presença imediatamente após a postagem da imagem e, com isso, interagir com o instagramer/emissor como se também estivesse presente no momento da captura. Ao ter a imagem replicada em rede, é potencializada a divulgação da emoção do cotidiano dos instagramers.

Nesse sentido, podemos vislumbrar as seguintes questões: se as publicações baseadas em eventos recentes são mais efetivas e as interações nas redes sociais são mais intensas quando a discussão se baseia em acontecimentos recentes; se as pessoas ficam mais interessadas em comentar ou curtir uma foto se souberem que o instagramer está lá naquele momento; se o Instagram ficar centrado demais em eventos não muito atuais, ele poderá perder a sua essência e não será muito diferente de um álbum de fotos e vídeos *online*. Considerando o Instagram como um dispositivo (Agamben, 2009, Foucault, 2007) estratégico que multiplica e potencializa o instante, podemos discutir também se os instagramers ao publicar uma foto antiga com a #tbt estão modificando a noção de tempo e de espaço do sujeito no cotidiano, alterando uma diversidade de olhares, percepções e a subjetividade (Guattari e Suely Rolnik, 1996) em rede, de forma instantânea e ampliando a visibilidade e audiência no app.

Dessa forma, trazemos à discussão uma visão de Agamben (2009, p. 40) sobre os dispositivos ao interpretá-los como "qualquer coisa capaz de capturar, interpretar,

orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar, assegurar gestos, condutas, opiniões e discursos ligados à subjetividade".

Ao expor informações pessoais, emoções, afetos através de fotografias e vídeos por meio de ferramentas tecnológicas, o Instagram se coloca em lugar de destaque na pauta das práticas contemporâneas. Uma reflexão sobre as possibilidades de utilização do aplicativo merece ser realizada e pode apresentar percepções objetivas sobre a dinâmica dos usuários na plataforma e oferecer um vislumbre sobre processos de comunicação mediados por imagens. Além disso, uma análise sobre como o papel do Instagram sobre esse viés é relevante para a comunicação e cultura à medida que irá prover informações para descrever e discutir sobre os novos fenômenos hipermediáticos observados no campo em questão, a partir de aspectos comunicacionais como a instantaneidade, convergência digital, mobilidade, imagens, rede e subjetividade. A sua importância está em possibilitar pensar sobre as transformações que a fotografia vivencia no âmbito da cultura digital ao proporcionar hábitos que estão sendo delineados na era da convergência midiática.

2. Tbt e o Latergram

O Instagram traz na etimologia a sua proposta. Como o próprio nome diz, o termo é uma junção da palavra *instant* (instante) e do fonograma grego *gram* (grama, como telegrama), que significa alguma coisa que foi registrada ou gravada. Inspirado nas clássicas câmeras instantâneas como a Polaroid³, o aplicativo sugere que a foto esteja disponível prontamente, sendo essa justamente a essência do Instagram. A ideia é que o sujeito compartilhe e comente o que está fazendo naquele momento de forma imediata e instantânea.

Recentemente, o Instagram vem enfrentando, com frequência, um tipo de comportamento do usuário que se distancia do seu objetivo inicial: o aumento do número de publicações identificadas pela # tbt, sigla para *throwbackthursday*, que em tradução livre significa “de volta à quinta-feira”. Esse foi o dia de semana que os instagramers escolheram para publicar alguma foto do passado que remete a uma lembrança ou sentimento de saudade ou nas postagens que são feitas mais tarde, horas ou mesmo alguns

³ Em maio de 2016, o aplicativo atualizou o ícone, substituindo o anterior por uma versão mais moderna da *Polaroid*.

dias depois do registro da imagem. Percebemos também que o usuário do Instagram vem se apropriando da #tbt e utilizando-a em outros dias da semana com a mesma lógica de indicar que está sendo postada uma foto antiga e que não foi feita minutos antes da publicação. Atualmente⁴, são mais de 375,1 milhões de *hashtags* com a identificação #tbt. Há ainda outras variações de hashtag para o mesmo tema. Vale lembrar que *hashtags* são as palavras-chaves utilizadas nas legendas e comentários para definir uma categoria de foto. Elas começaram a ser utilizada no Twitter e, logo, o seu uso foi popularizado no Instagram. Funcionam como agregadores de conteúdos da seguinte forma: ao utilizar o símbolo # (jogo da velha ou cerquilha) antes de uma palavra, criam-se *hiperlinks*, agrupando-se essa imagem ou vídeo a outras que também utilizam o termo sucedido da hashtag.

Figura 1 – Variações para a #tbt



Fonte: INSTAGRAM, 2017.

Essa dinâmica fez tanto sucesso que foi criado um aplicativo - conhecido inicialmente como *Latergram*⁵ e que mudou de nome para *Later* - que oferece o serviço de agendamento de *posts* no Instagram ao permitir que usuários programem e agendem as publicações na rede social de fotos. Trata-se de um aplicativo gratuito, tanto para uso na web quanto no iOS⁶. Para utilizá-lo, não é necessário que seja criada uma conta à parte, pois basta fazer login com um perfil já existente na rede social de fotos do Facebook ou no Instagram. Oferece gerenciamento de contas de empresas e profissionais independentes que pretendem atingir públicos em horários específicos ao longo do dia. É considerado uma opção para os instagramers mais assíduos, profissionais da web e empresas que esperam otimizar o uso da ferramenta e atingir públicos diferentes em horários específicos. A hashtag *latergram* tem mais de 38,3 milhões de citações⁷.

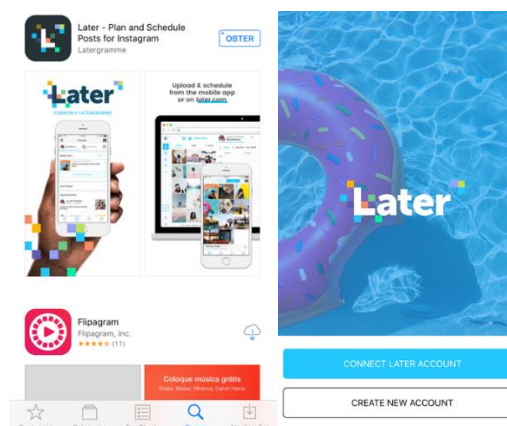
⁴ Números do Instagram de 1º de julho de 2017

⁵ <<http://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/aftergram.html>>

⁶ Sistema operacional do Iphone

⁷ Números do Instagram de 1º de julho de 2017

Figura 2 – Imagens do aplicativo *Later*



Fonte: APPLE STORE, 2017.

Em contrapartida a esse movimento, segundo o site *The Next Web*⁸, o Instagram começou a enviar a alguns usuários, a partir de 2015, uma notificação que sugere a publicação de uma foto atual, registrada no mesmo dia: “Publique uma das fotos que você tirou hoje”, em tradução livre. Apesar de a página oficial do aplicativo não ter se pronunciado sobre o fato, as notificações podem indicar que um dos maiores apps⁹ de fotos da internet está preocupado em manter a sua essência e lógica que é a instantaneidade.

É possível vislumbrar que, à medida que o *app* passa a percepção de que possibilita a troca de conteúdo a cada instante, espera-se que a foto esteja disponível prontamente para que o sujeito compartilhe e comente o que está fazendo naquele momento de forma imediata. Dessa forma, o aplicativo espera estimular este que é um dos princípios da lógica *ciber* no que concerne ao acesso “em tempo real” de informações em conteúdo, incluindo as imagens fotográficas. Fotografar e publicar consistem num dos aspectos mais importantes da plataforma que tem o compartilhamento imediato das publicações como um diferencial.

Contudo, os instagramers estão conseguindo driblar essa lógica da instantaneidade e colocando em prática um outro princípio importante que é o da edição. Ao mesmo tempo em que sugere a lógica da Polaroid, o Instagram oferece as possibilidades de alterar a relação com o que é registrado e com o tempo do registro. O aplicativo permite, por exemplo, que o produtor de determinada imagem simule a presença imediata no local da

⁸ Publicado no site <the nextweb.com> em 20 de setembro de 2015

⁹ App é uma abreviação para “*application*”, do inglês, que significa aplicativo, programa, *software*

imagem que foi postada como, por exemplo, em um show, e com isso, interagir com o observador como se estivesse presente no exato momento da captura.

Segundo Lissovsky (2003, p. 7), "por meio da espera, o fotógrafo procura imprimir na imagem o tempo que se ausenta. Ela é a duração própria do ato fotográfico e o modo como os fotógrafos facultam ao instante o seu advento". Nesse sentido, para fugir da lógica da instantaneidade, os usuários simulam o real manipulando o tempo exato de cada imagem. Ao alterar o tempo em que a foto foi feita, eles mudam a experiência nos ambientes digitais e na internet, alterando o sentido da realidade e a narrativa em torno dos comentários sobre a imagem.

3. A linha cronológica do Instagram e o movimento interrompido de fotos

Um dos aplicativos de compartilhamento de fotos da internet mais relevantes da atualidade por agregar mais de 400 milhões de seguidores¹⁰, o Instagram recebe mais de 70 milhões de fotos e vídeos por dia e milhares a cada segundo, em diversos contextos. Trata-se de uma ferramenta gratuita de compartilhamento de imagens para celulares, computadores e tablets¹¹, disponível para o sistema operacional Apple, Android e Windows Phone. Foi lançada em 6 de outubro de 2010, a partir de uma parceria do brasileiro Mike Krieger com o norte-americano Kevin Systrom. O imediatismo do clique, a instantaneidade da publicação, a mobilidade dos *tablets* e *smartphones*, a narrativa mediada por imagens e a possibilidade do uso de filtros e edição conferem às fotografias publicadas no Instagram uma estética que não funciona em outros sites de redes sociais.

A simplicidade na manipulação das fotos é um dos principais motivos que tornou o Instagram um dos aplicativos mais populares da internet, atraindo cada vez mais usuários. Ele apresenta uma forma simples de produzir fotos com uma economia de tempo e uma postagem rápida e imediata com o uso de legendas simples. Vale lembrar que ele ganhou força no momento em que a imagem passou a ser digital e passível de compartilhamento instantâneo. A aceitação dele se dá pela facilidade no manuseio do aplicativo ao oferecer uma multiplicidade de filtros e de ferramentas de edição que otimiza o processo e embeleza a foto com facilidade e rapidez superiores às disponíveis

¹⁰ <<http://blog.instagram.com/post/129662501137/150922-400million>>

¹¹ O Instagram foi comprado pelo Facebook por um bilhão de dólares, em 2012.

no *photoshop*. O resultado visual com cores esmaecidas atribui às imagens um estilo *vintage* e confere um apelo nostálgico para as fotos.

Mas é possível ir um pouco além da percepção de que o Instagram é apenas um aplicativo de compartilhamento de fotos, para entender a razão de ter se tornado uma moda. Com uma multiplicidade de efeitos, ele une o que se procura em fotografia à interação digital: captura, tratamento, publicação e compartilhamento de imagens por meio da internet. Tal característica faz com que ele se torne atraente para centenas de usuários diariamente. Como diz Flusser (2002, p.07), a imagem tem um duplo caráter material e representativo e são superfícies que pretendem representar algo que se encontra lá fora no tempo e no espaço. “As imagens são, portanto, resultado do esforço de abstrair duas das quatro dimensões de espaço-tempo, para que se conservem apenas as dimensões do plano” (2002, p. 7). Já os filtros utilizados nas imagens compartilhadas podem contribuir para “o caráter mágico das imagens” (FLUSSER, 2002, p. 8) ao engrandecer o cenário do cotidiano.

O que vimos é que o desenvolvimento de técnicas mais recentes proporcionou facilidades no manuseio e permitiu a produção de imagens no Instagram por profissionais e até leigos. Segundo Benjamin (1994, p. 167), com a invenção da fotografia, “pela primeira vez no processo de reprodução da imagem, a mão foi liberada das responsabilidades artísticas mais importantes, que agora cabiam unicamente ao olho”.

Ademais, o Instagram permite que os instagramers construam uma espécie de narrativa em primeira pessoa, de modo que o conteúdo pessoal presente em cada perfil possa ser visualizado de forma cronológica. Diferentemente do Facebook, uma fotografia antiga não retorna ao topo da linha do tempo do Instagram quando ele recebe um novo comentário ou é curtido por algum seguidor. O formato cronológico do Instagram possibilita que, a cada nova fotografia publicada, a anterior vai descendo na linha do tempo do instagramer. Dependendo da quantidade de fotografias publicadas, as mais recentes vão ganhando destaque em relação às mais antigas. Uma outra diferença em relação ao Facebook e aos aplicativos de fotos como o Flickr, é que as fotografias publicadas no Instagram não são organizadas por álbuns e assuntos. Depois de postadas, elas ficam “soltas” na linha do tempo. Dessa forma, ele indica que não é necessário ter um motivo ou uma razão que justifique o compartilhamento de uma imagem no aplicativo que não exige nem mesmo a utilização de uma legenda, tornando mais simples e rápida a

experiência de publicar fotos. Tal dinâmica permite o instagramer republicar imagens antigas com a #tbt, na busca pela visibilidade e popularidade.

Nesse sentido, devemos levar em consideração também esse movimento ininterrupto de produção e circulação de conteúdos pessoais e profissionais na internet, viabilizado pelo Instagram, o que acabou colaborando com um processo de superproliferação de imagens que é potencializada também pelo uso da #tbt que exclui a necessidade de postagem de uma imagem recém-fotografada. Com o advento das tecnologias digitais, o “espetáculo” encontrou no ciberespaço o lugar perfeito para se disseminar. O desejo de fama que vem crescendo na última década com o uso de redes sociais acontece, segundo Sibília (2008), porque em meados do século XX ocorreu uma redefinição do eu, um alguém em busca de ser amado e aprovado por outros, tentando tecer contatos e relações. A publicação de uma foto no aplicativo, a submissão da imagem aos olhares alheios e ao julgamento do outro, além da espera de uma curtida ou comentário, conferem a ele o caráter convocatório para exposição de si mesmo.

Dessa forma, a plataforma atua como forma de posição social que o sujeito ocupa no aplicativo ao possibilitar ao instagramer ter uma espécie de retorno sobre o conteúdo postado, ao submetê-lo a sua apreciação e validação. Baseado nisso, o Instagram pode ser considerado um espaço próprio para a utilização do verbo compartilhar (*share*) já que convoca, constantemente, o instagramer a narrar e a expor a própria vida. Cada vez mais inseridos na rede, os usuários ficam atentos à repercussão da imagem postada, aguardando assim o retorno da audiência que vai curtir ou comentar a foto. Ao compartilhar o seu cotidiano e até repostar imagens ou postar fotos antigas marcadas com a #tbt, o sujeito alcança o status da visibilidade e popularidade e alimenta a profusão de imagens.

Por tratar-se de um aplicativo que pode ser utilizado também em um dispositivo móvel como aparelhos celulares e *tablets*, não podemos descartar o papel que ele tem, ao estar disponível 24 horas na internet e sempre à mão, nesse processo de digitalização da vida a todo instante, seja com a publicação de fotos recentes, seja com a postagem de imagens antigas marcadas com a #tbt. Para Latour (2012), a participação dos artefatos tecnológicos pode ser responsável por provocar mudanças em nosso comportamento, e não atuar apenas como meras ferramentas nesse processo. Vale lembrar que, graças às tecnologias digitais, os aplicativos móveis conferem novas dimensões aos dispositivos já que possibilitam passarmos grande parte do tempo com a tecnologia móvel ao nosso

alcance, permitindo uma integração com a rotina diária das pessoas. As pessoas estão captando o mundo e usando o Instagram para exibir as imagens.

É dessa surpresa que os sociólogos de associações preferem partir, em vez de considerar, que a questão obviamente está encerrada, que os objetos não fazem coisa alguma sequer comparável ou mesmo conectável à ação social humana e que, se às vezes “expressam” relações de poder, “simbolizam” hierarquias sociais, “agravam” desigualdades sociais”, “transportam” o poder social, “objetivam” a igualdade e “materializam” relações de gêneros, não podem estar na origem da atividade social. (LATOIR, 2012, p.109).

4. A convergência digital e alteração da subjetividade em rede

Levando em conta que a inovação e a instantaneidade são as palavras de ordem da Geração Z, o Instagram foi escolhido por estar no centro da mania de fotografar e compartilhar imagens através de dispositivos móveis, chegando a alcançar milhões de usuários. Visto como um agrupamento complexo instituído por interações, ele pode ser considerado uma ferramenta que amplifica a visibilidade dos usuários ao permitir que ele reúna um grande número de seguidores. O Instagram também cumpre o papel de estabelecer uma aproximação entre as pessoas em diferentes níveis, como amigos, conhecidos, colegas de trabalho e desconhecidos, que trocam e compartilham as formas mais variadas e os diferentes tipos de mensagens. Isso é possível porque o aplicativo oferece aos usuários opções como compartilhar informações, curtir fotos, seguir e excluir *followers* que permitem eles se conectarem entre si e se agruparem em rede em busca de uma mesma publicação a propósito de um mesmo tema, o que é facilitado pelo uso das hashtags que funcionam como agregadores de assunto.

É perceptível que as tecnologias digitais fazem parte do cotidiano de um número crescente de pessoas e modificam o modo como elas interagem com o mundo. Nesse sentido, é que podemos enquadrar o Instagram. Por se tratar de um site de rede social, ele aproveita as possibilidades proporcionadas pela Comunicação Mediada pelo Computador (Primo, 2008) que permite o surgimento de novos meios de se comunicar, a partir do compartilhamento de ideias, e a troca de informações que auxiliam na produção e circulação de conteúdo digital em rede. Cabe lembrar que ao publicar uma foto antiga, o instagramer pode acabar alterando a forma como o seguidor vai interagir com ele, seja pela opção em curtir ou não a imagem seja pelo discurso que vai ser feito nos comentários.

A interação é caracterizada não apenas pelas mensagens trocadas (o conteúdo) e pelos interagentes que se encontram em um dado contexto

(geográfico, social, político, temporal), mas também pelo relacionamento que existe entre eles. Portanto, para estudar um processo de comunicação em uma interação social não basta olhar para um lado (eu) ou para outro (tu, por exemplo). É preciso atentar para o "entre"; o relacionamento. Trata-se de uma construção coletiva, inventada pelos interagentes durante o processo, que não pode ser manipulada unilateralmente nem pré-determinada. (PRIMO, 2008, p. 11)

Importante apontar também que as tecnologias ampliam a conexão entre os donos do perfil no Instagram e os seguidores. Vale lembrar que não estamos nos referindo a *smartphones* com funções de câmera fotográfica, mas à construção de relações produzidas pela ferramenta através do dispositivo. Com a tecnologia, a fotografia digital instantânea se popularizou ainda mais, facilitando o acesso e a interatividade com demais atores sociais, como se a imagem tivesse o poder de conectar as pessoas. Dessa forma, o Instagram torna-se mais complexo e se constitui como parte de engrenagem.

Essa possibilidade de expressão e sociabilização, através de ferramentas de comunicação mediada por computador (CMC), proporcionaram, assim, que atores pudessem construir-se, interagir e comunicar com outros atores, deixando, na rede de computadores, rastros que permitem o reconhecimento dos padrões de suas conexões e a visualização de suas redes sociais através desses rastros”. (RECUERO, 2009, p.24).

Partindo do princípio que os dispositivos não trazem em si uma revolução social e são introduzidos a partir das demandas sociais, culturais e científicas de uma época, podemos inferir que as mudanças no conceito de imagem contemporânea acontecem a partir das novas percepções, técnicas e práticas que surgiram com emergência das tecnologias digitais como o uso da #tbt. Com isso, a fotografia migrou para o ciberespaço e criou, para si mesma, novas complexidades. Nesse sentido, é preciso levar em conta as dinâmicas de funcionamento, complexidades e vislumbrar as particularidades do ciberespaço, ambiente que abriga e que dá sentido ao aplicativo. Segundo Lévy (1999, p. 119-120), “quanto mais universal (extenso, interconectado, interativo), menos totalizável” seria o ciberespaço, pois, por meio dos computadores ligados em rede, quanto mais pessoas diversas estiverem conectadas, mas elas poderiam “dar as mãos ao redor do mundo”.

Falar de interações e mediação das relações sociais por imagens no Instagram implica exatamente falar de produção social de subjetividade. Desse modo, as plataformas tecnológicas influenciam diretamente as maneiras de ser e estar no mundo e interferem na produção desses estilos e modos de vida. E para pensar como a

subjetividade contemporânea vem sendo construída no aplicativo, podemos citar Félix Guattari e Suely Rolnik (1996) quando propõem pensar a noção de subjetividade como modos de ser e visões de mundo vividos no âmbito individual, mas de natureza industrial, maquina, ou seja, essencialmente fabricada, modelada, recebida, consumida no registro do social. Para os autores, os fenômenos importantes da atualidade envolvem dimensões do desejo em escala coletiva e da subjetividade e não podem ser explicados unicamente em termos de ideologia.

Ao utilizar recursos tecnológicos como as hashtags, os usuários buscaram formas de alterar as lógicas midiáticas, se apropriando de novas práticas comunicacionais e se aproveitando do fato de que podem falar diretamente com os seguidores. Diante disso, percebe-se que os fluxos comunicacionais dos instagramers com os seguidores fazem com que se mantenham constantemente em destaque na rede. “Por um lado, todas as tecnologias de que dispomos, as de comunicação digital inclusive, são produtos de nossas próprias intenções e propósitos. Por outro, modos como nos apropriamos delas, os usos que fazemos, reinventam constantemente suas características” (RECUERO, 2009, p.13).

Durante o processo de publicação da foto (e até mesmo após a publicação), o instagramer pode compartilhar simultaneamente o mesmo conteúdo não somente no próprio aplicativo, mas em outros, como o Facebook, Twitter, Tumblr, Flickr e Swarm, e ainda publicar um vídeo feito pelo Boomerang¹². Disponibiliza a opção de copiar a URL¹³ de compartilhamento, ativar notificações de publicação e o envio da publicação para outros usuários. É possível pensar nesse caráter de conectividade do Instagram, através da cultura de convergência, em que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexão entre os diversos conteúdos de mídia. Ele é considerado um aparato midiático preparado para circulação de notícias que proporciona a migração de seu conteúdo ao permitir que as imagens publicadas nele sejam compartilhadas em outros aplicativos, como dito anteriormente. Ao publicar uma imagem antiga marcada com a #tbt no Instagram e compartilhá-la em outros apps, o usuário está também levando a alteração da relação de espaço e tempo para outras plataformas.

12 Aplicativo lançado pelo Instagram em 2015 que transforma fotos em vídeos animados. As imagens lembram GIFs, mas são reproduzidas em um vai e volta infinito.

13 URL é o endereço de um recurso disponível em uma rede, seja a rede internet ou intranet, e significa em inglês *Uniform Resource Locator*, e em português é conhecido por Localizador Padrão de Recursos. Fonte: <<https://www.significados.com.br/url/>>

5. Conclusão

Desde que foi lançado em 2010 até os dias de hoje, o Instagram vem passando por atualizações constantes até se tornar o maior site de compartilhamento de fotos da internet. A incorporação da hashtag no conteúdo das postagens, uma das práticas mais comuns no Twitter, foi uma dessas alterações. Uma das hashtags mais utilizadas pelos instagramers vem sendo a #tbt como forma de indicar ao seguidor que trata-se de uma imagem que não feita minutos antes da postagens.

Dessa forma, os usuários do aplicativo vêm descaracterizando as principais finalidades do aplicativo que são a instantaneidade e o imediatismo ao postar uma imagem antiga. Por conseguinte, os instagramers conseguem alterar a narrativa em torno em torno dos comentários sobre a imagem aquela imagem, ao manipular o tempo em que a foto foi feita. Com isso, eles mudam a experiência nos ambientes digitais e na internet, alterando o sentido da realidade e mantendo a profusão de imagens em busca de visibilidade e popularidade no Instagram.

Como trata-se de uma ferramenta que vem incorporando funcionalidades e passando por relevantes mudanças em função do avanço tecnológico, a ideia do artigo não foi esgotar o assunto, mas fazer uma reflexão sobre como o comportamento dos instagramers vem alterando a lógica de funcionamento do maior aplicativo de imagens da Internet.

6. Referências bibliográficas

AGAMBEN, G. **O que é contemporâneo?** E outros ensaios. Chapecó, SC: Argos, 2009.

BENJAMIN, W. **Sobre arte, técnica, linguagem e política.** Lisboa. Relógio D'Água, 1994

FLUSSER, V. **Filosofia da caixa preta.** Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2002.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder.** Rio de Janeiro: Graal, 1979. 23ª edição. 2007.

GUATARRI, F, ROLNIK, S. **Micropolíticas.** Cartografia do desejo. Editora Petrópolis. 4ª edição, 1996.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência:** a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação. São Paulo: Aleph, 2008.

LATOUR, B. **Reagregando o Social**: uma introdução à teoria do ator-rede. Salvador: Edufba; Bauru: Edusc, 2012.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LISSOVSKY, M. **O tempo e a originalidade da fotografia moderna**. In: DOCTORS, Marcio. (org). Tempo dos tempos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

PRIMO, A. **O aspecto relacional das interações na Web 2.0**. In: ANTOUN, Henrique (Org.). Web 2.0: Participação e vigilância na era da comunicação distribuída. Rio de Janeiro: MauadX, 2008.

RECUERO, R. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulinas, 2014. (Coleção Cibercultura). 2ª edição.

SIBILIA, P. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.