

---

**“Viu o que Ele Postou no *Stories*?”: O *Instagram Stories* Como Dispositivo de Exposição e Monitoramento**

**“Did You See What He Posted in *Stories*?”: The *Instagram Stories* as an Exposure and Monitoring Device**

Alice Maria de Araujo PALMEIRA<sup>49</sup>  
João Pedro de Queiroz BITTENCOURT<sup>50</sup>  
Mariana dos Santos VIEIRA<sup>51</sup>  
Monique Feio IGREJA<sup>52</sup>

**RESUMO**

Este artigo analisa o *Instagram Stories* como dispositivo de monitoramento, tendo como base Bruno (2004; 2006; 2013). O estudo realizou um questionário lançado em 10 de agosto de 2017 no *Google Formulários*, respondido por 154 usuários do *Instagram*. As perguntas contemplaram características e especificidades no uso da ferramenta. A partir dos dados obtidos, notamos que a vigilância por meio do *Stories* pode ser tanto despercebida quanto desejada.

**PALAVRAS-CHAVE:** Instagram; Stories; Exposição; Monitoramento.

**ABSTRACT**

This article analyzes the *Instagram Stories* as a monitoring device, based on Bruno (2004; 2006; 2013). The study conducted a questionnaire released on August 10, 2017 in *Google Forms*, answered by 154 *Instagram* users. The questions included the characteristics and specificities in the use of the tool. From the data obtained, we noticed that the vigilance through *Stories* can be both unnoticed and desired.

**KEYWORDS:** Instagram; Stories; Exposure; Monitoring.

**Introdução**

---

<sup>49</sup> Estudante de graduação do 7º semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal do Pará, e-mail: [alice.palme@gmail.com](mailto:alice.palme@gmail.com)

<sup>50</sup> Estudante de graduação do 7º semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal do Pará, e-mail: [joao.pqb@gmail.com](mailto:joao.pqb@gmail.com)

<sup>51</sup> Estudante de graduação do 7º semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal do Pará, e-mail: [marianavieira.jor@gmail.com](mailto:marianavieira.jor@gmail.com)

<sup>52</sup> Orientadora do trabalho. Mestre em Comunicação, Cultura e Amazônia pela Universidade Federal do Pará, e-mail: [moniredacao@gmail.com](mailto:moniredacao@gmail.com)

O crescimento das redes sociais digitais proporciona novas formas de comunicação todos os dias. Com as tecnologias do ver e do ser visto potencializadas na internet e nas redes sociais, surgem novas perspectivas de vigilância e monitoramento, que não são mais usadas apenas em inspeções de segurança, mas em novos formatos, abrangendo o prazer e a sociabilidade (BRUNO, 2013). Exibe-se cada vez mais nos perfis sociais a própria rotina e lugares frequentados no dia a dia, oportunizando a vigilância online.

A exposição da vida íntima a partir de aparatos tecnológicos tem ocorrido desde o surgimento de *weblogs* e *webcams* (BRUNO, 2004), mas ferramentas que colaboram com a exposição da vida pessoal *online* não param de se difundir. Isso se reflete em plataformas como o *Instagram* e o *Snapchat*<sup>53</sup>, populares no mundo todo e mais instantâneas do que nunca, graças a funcionalidades como o *Stories*.

O conceito simples de fazer fotos e vídeos curtos que permanecem acessíveis durante 24 horas fez um sucesso tão grande que foi apropriado por outras plataformas, como o *Facebook*, o *WhatsApp* e o *Instagram*, sendo esse último o foco deste artigo. Com pouco mais de um ano de existência, o *Instagram Stories* já alcançou a marca de mais de 300 milhões de usuários diários<sup>54</sup> em 2017, e superou, inclusive, o número de usuários do *Snapchat*. Entre tantas ferramentas de uso similar, a função *Stories* do *Instagram* foi escolhida para a realização de uma análise mais profunda devido ao seu sucesso na rede - com grande relevância no território brasileiro, tendo São Paulo como a segunda capital mundial que mais utiliza o *Stories*<sup>55</sup> - e pelo grande número de usuários, mesmo sendo tão recente.

Entende-se que a vigilância tornou-se comum dentro das redes sociais digitais, afinal, ver e ser visto é tomado como algo positivo e desejável (BRUNO, 2013). Avaliaremos, neste artigo, o *Stories* como dispositivo de monitoramento e de que maneira os usuários podem ou

---

<sup>53</sup> Aplicativo de compartilhamento de fotos e vídeos, fundado em 2011. A partir do recurso “histórias”, os usuários do *Snapchat* podem criar chats com conteúdos publicados imediatamente, visualizados por amigos em poucos segundos e também pequenas publicações para os seguidores, que ficam disponíveis durante 24 horas na aba “minhas histórias”. As histórias são clicáveis, aparecem na tela do usuário por alguns segundos e somem, mas ainda podem ser acessadas novamente durante um dia. Depois, as publicações desaparecem. Durante esse período, quem publicou pode consultar em tempo real quais perfis visualizaram a história.

<sup>54</sup> Segundo pesquisa disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/software/123750-instagram-stories-chega-300-milhoes-usuarios-ativos-dia.htm>. Acesso em: 14 de abril de 2018.

<sup>55</sup> Dados disponíveis em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2017/08/02/tecnologia/1501658806\\_683191.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/08/02/tecnologia/1501658806_683191.html). Acesso em: 8 de agosto de 2017.

não acabar vigiando e sendo vigiados por amigos e conhecidos a partir dessa função do *Instagram*.

### **Funcionalidades do *Stories***

O *Instagram*, fundado em 2010, tem como principal funcionalidade o *feed*, um pequeno álbum de fotos construído por cada usuário da rede social. Os perfis podem ser acessados e acompanhados e a tela inicial do aplicativo mostra as últimas fotos publicadas pelos perfis seguidos, por ordem de relevância. Já a função *Stories*<sup>56</sup> surgiu como um recurso dentro do aplicativo mais tarde, em agosto de 2016, e se popularizou rapidamente. A ferramenta funciona de maneira quase idêntica às histórias do *Snapchat*, mudando apenas a identidade visual, alguns recursos adicionais como *stickers*<sup>57</sup>, filtros e a duração dos vídeos, que podem ter até 15 segundos.

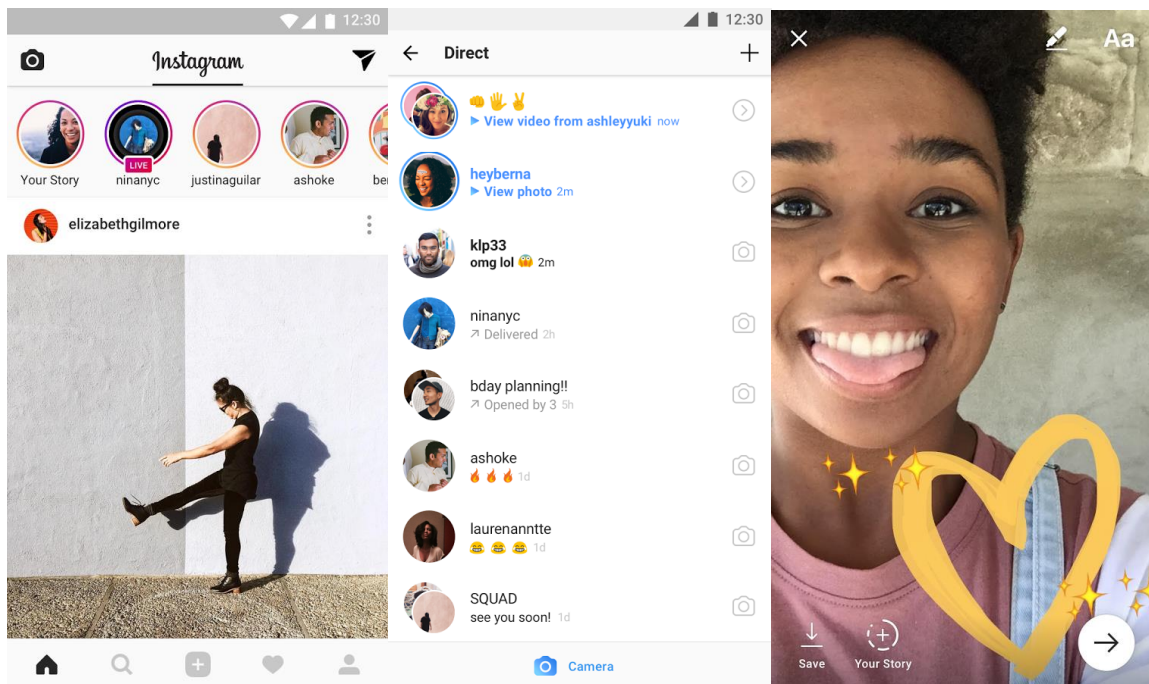
A tela inicial do *Instagram* mostra o feed de imagens e o *Stories* aparece em forma de barra na parte superior, conforme é possível observar na Figura 1, na qual há círculos vermelhos indicando os *Stories* ainda não assistidos. Quando aberta, cada publicação exibe, além do conteúdo imagético, há quantas horas ou minutos foi postada, junto com um espaço reservado para digitar uma mensagem de texto ou imagem como resposta ao dono da publicação (Figura 2).

Figura 1 - Aba inicial do Instagram      Figura 2 - Aba de mensagens      Figura 3 - Aba de criar *Stories*

---

<sup>56</sup> O acesso ao *Instagram Stories* de cada usuário depende das configurações de privacidade. É possível manter o conteúdo do perfil em modo público, ou seja, visível a qualquer um, ou pode ser limitado aos seguidores. Também é possível ocultar *Stories* de determinados perfis entre os seguidores, selecionando manualmente cada perfil desejado.

<sup>57</sup> Podendo ser traduzido como “figurinhas”, os *stickers* são ilustrações feitas e oferecidas pelo aplicativo para decorar as imagens. Às vezes esses desenhos acompanham *hashtags*, para divulgar campanhas apoiadas pelo *Instagram*.



Fonte: Google Play

Identifica-se que a ferramenta *Instagram Stories* tem se tornado ubíqua dentro de certos grupos sociais, principalmente jovens, público alvo desta pesquisa. A função, lançada com a proposta de compartilhar o que o usuário está fazendo durante o dia, acabou se efetivando como um elemento do cotidiano dessas pessoas também fora do mundo virtual, interferindo de diversas formas nas relações pessoais, sendo uma delas tratada neste artigo: a vigilância, explicada com mais profundidade no tópico a seguir.

### “Viu o que ele postou no *Stories*?”

Por surgir com o intuito de estimular o compartilhamento do dia a dia dos usuários, o *Instagram Stories* deu um caráter mais espontâneo ao *Instagram*, comumente utilizado para compartilhar fotos com edições mais elaboradas por meio do *feed*. Na pesquisa realizada para este trabalho, envolvendo 154 internautas, foi possível observar que muitos usuários costumam filtrar as fotografias pessoais de modo que os momentos mais “bonitos” e “especiais” fiquem expostos no *feed* e os acontecimentos do dia a dia sejam publicados no *Stories*.

“A partir do momento em que os indivíduos têm a oportunidade de expor o seu dia-a-dia aos outros, o mesmo também sente a vontade e a liberdade de ‘assistir’ ao outro” (SANTOS,

2015, p.19). E uma perspectiva de assistir ao outro ainda mais de perto foi gerada pelo *Instagram Stories*. A constante presença do olhar do outro nas redes sociais digitais suscita a possibilidade de utilização do *Stories* como uma ferramenta de monitoramento. A função não foi apresentada desta maneira pela empresa criadora, no entanto “[...] o fato de a vigilância não estar inicialmente prevista em certas tecnologias não a torna neutra ou sem efeitos” (BRUNO, 2013, p.32).

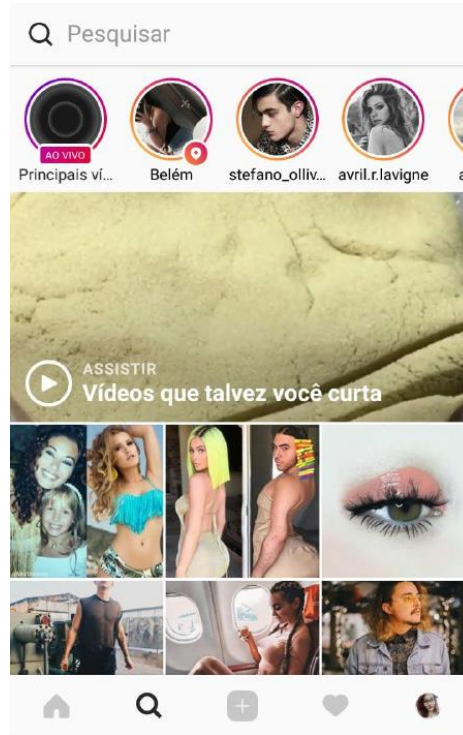
A vigilância e o monitoramento, conforme Bruno (2013), são conceitos diretamente ligados. A vigilância envolve a inspeção e observação focalizada de pessoas para reunião de informações, enquanto o monitoramento é a prática de rastreamento e armazenamento de dados, com grande incidência na web. Considera-se assim, neste trabalho, a vigilância como “[...] uma complexa rede de saberes sobre o cotidiano dos indivíduos, seus hábitos, comportamentos, preferências, relações sociais, [que] vêm se constituindo a partir do monitoramento de dados pessoais, especialmente no ciberespaço” (BRUNO, 2013, p. 22).

Nesse contexto, a possibilidade de visualizar, em tempo real, quem teve acesso à publicação configura certa busca pelo reconhecimento do outro (BRUNO, 2006), ao mesmo tempo que o usuário do aplicativo também procura acompanhar a intimidade alheia. Esse processo se dá porque, na contemporaneidade, tornou-se comum que os usuários moldem seus gostos e opiniões a partir daquilo que veem e apreendem das relações online (SIMÕES, 2016).

Um fator que reflete diretamente no aumento da visibilidade individual contemporânea é o foco na vida cotidiana do indivíduo comum, capaz de produzir novas identidades e subjetividades (BRUNO, 2004). A livre exposição da autoimagem leva a outro fator propício à vigilância apontado na pesquisa de Simões (2016, p.21): “[...] a roupa que vestem, sobre o que falam, tudo que é possível observar através das imagens expostas por elas”.

Isso é acentuado por alguns acessórios do próprio aplicativo, como por exemplo a função de localização. Os usuários não só podem dizer aos seguidores o lugar em que estão, mas também marcar a localização por meio de um *sticker* indicando esse lugar. Quando clicado, o *sticker* dá acesso a um mapa com a localização dada pelo publicador. Também é possível visualizar na aba “explorar” todos os *Stories* publicados de um determinado local, ou seja, observar quem publicou naquele dia usando a mesma localização, conforme é possível visualizar na Figura 4.

Figura 4 - Aba “Explorar”. O segundo círculo da barra *Stories* mostra as publicações do momento em Belém.



Fonte: Arquivo pessoal

Todos esses artifícios corroboram para a construção da tese de que a autoexposição no *Stories* tem consequências quando o dispositivo é usado como ferramenta de vigilância. Os dados a seguir explicam com mais profundidade como isso acontece, além de acrescentar informações sobre como a autoexposição foi normalizada por muitos usuários.

### **Metodologia e resultados**

A análise deste artigo foi feita a partir de um questionário semiestruturado contendo 10 perguntas voltadas aos usuários brasileiros da plataforma *Instagram*. As questões foram lançadas no dia 10 de agosto de 2017 e ficaram no ar durante um dia na plataforma *Google* Formulários, escolhida pela facilidade de manuseio e divulgação e capacidade de obter respostas instantâneas. Ao final do dia, o total de pessoas que responderam o questionário na plataforma foi 154<sup>58</sup>, as quais tiveram suas respostas utilizadas para o estudo.

---

<sup>58</sup> Os participantes foram identificados a partir da ordem numérica de preenchimento do questionário. Essa escolha se deu para que a identidade dos participantes pudesse ser preservada.



A divulgação do questionário foi feita nos perfis pessoais de cada autor deste trabalho (*Facebook* e *Instagram*) e divulgadas em grupos de *WhatsApp* e do *Facebook*. Para identificar os participantes da pesquisa, foram solicitadas de cada entrevistado idade e estado em que mora. Nome e gênero dos usuários não foram coletados por não serem objeto de interesse da pesquisa.

O estudo revelou o grande uso do *Instagram* pelo público jovem - 44% das respostas foram dadas por pessoas de 18 a 20 anos, 21% por usuários de 15 a 17 anos e 18% por pessoas de 21 a 23 anos de idade. Apenas 2% têm menos de 14 anos e 15% têm 24 ou mais.

A pesquisa foi guiada pela hipótese de que os usuários do *Instagram Stories* podem se sentir vigiados a partir da plataforma, já que há um espaço aberto para fornecer informações como, por exemplo, lugares onde o publicador esteve. A frequência e uso da localização nas publicações foram tomados como elementos-chave da vigilância e monitoramento por meio do *Instagram Stories*.

Os entrevistados também foram questionados a respeito do intuito de atingir uma ou mais pessoas com o conteúdo selecionado para a publicação no *Stories*. Além disso, o formulário contava com perguntas quanto à frequência de acessos diários ao *Stories*, finalidade de uso e sobre a relação estabelecida entre o publicador e os usuários que costumam reagir ao conteúdo publicado na plataforma.

Conforme mencionamos anteriormente, a pesquisa foi divulgada nas redes sociais digitais dos próprios autores do estudo. Como todos moram em Belém, esse fato influenciou o maior número de respostas dos usuários provindos do Pará, que foram 39% entre os entrevistados. Entretanto, o questionário também foi divulgado em grupos de alcance nacional, então alguns resultados vêm de outras regiões do Brasil.

Estiveram presentes na pesquisa internautas da região Norte (40%), Sudeste (21%), Nordeste (10%), Sul (10%) e Centro-Oeste (3%). Dezesesseis por cento dos entrevistados não responderam no questionário o estado de origem.

Para entender os hábitos e preferências do público alvo da pesquisa, foram desenvolvidas questões de múltipla escolha, como a que indagava a respeito da frequência de publicação no *Instagram Stories* (a maioria - 38%,3 - respondeu que posta conteúdos algumas vezes na semana) e a que perguntava a respeito da frequência de visualização dos *Stories* de outros usuários (38% responderam que visualizam quatro ou mais vezes ao dia).

Observa-se, a partir dos resultados coletados, que visualizar *Stories* diariamente faz parte da rotina de 105 dos 154 entrevistados. Quando questionados sobre as principais finalidades de acompanhar os *Stories*, em uma questão com múltiplas opções de resposta, 128 dos entrevistados afirmaram querer “só passar o tempo” enquanto usam a plataforma. A segunda opção mais popular entre os usuários foi “quero ver o que as pessoas próximas de mim estão fazendo”, marcada 70 vezes. Isso reafirma que o objetivo de observar o outro já se encontra presente entre os interesses de uso do *Stories*.

Entre as funcionalidades do aplicativo, a preferência pelo *feed* do *Instagram* ainda permanece. Quarenta por cento dos usuários preferem o *feed* contra 15% que optam pelo *Stories* como primeira opção. Os outros 45% se sentem divididos ou acreditam que cada função tem uma finalidade diferente, então não apresentaram preferências.

Na justificativa da questão, fato de que o conteúdo no *Stories* dura 24 horas foi utilizado como argumento a favor e contra. Alguns usuários optam pelo *feed* para “eternizar” suas fotos e outros também mencionam o zelo pela privacidade. Os internautas que optam pelo *Stories* mostram-se interessados em publicar conteúdos interessantes que não permanecem na plataforma para sempre.

O intuito de atingir uma pessoa ou grupo de pessoas específico é comum entre 20% dos entrevistados. Entretanto, entre os 45% dos entrevistados que afirmam não ter o intuito de atingir alguém, alguns desejam “mostrar aos seguidores algo interessante”, o que torna as opiniões contraditórias. Entre os participantes, 10% declaram que esse objetivo está presente apenas às vezes e 25% não deram resposta.

O uso do *sticker* de localização, oferecido entre os recursos do aplicativo, permite aos usuários saber onde o publicador se encontra no momento em que posta conteúdo. Na pesquisa, a maioria dos entrevistados (31%) respondeu optar por inserir a localização apenas quando se encontram em um lugar “interessante”. São citados restaurantes, festas e passeios.

A pesquisa desenvolvida obteve resultados inesperados em relação à hipótese destacada neste artigo a respeito da vigilância e monitoramento no *Instagram Stories*. Esperava-se que a maioria dos usuários do *Instagram* percebesse características de vigilância na plataforma, mas a resposta da maioria foi negativa. Um total de 70% dos publicadores não se sentem vigiados por meio do *Stories*.



Na pergunta de múltipla escolha “quem costuma responder seus *Stories*?”, a opção “amigos próximos” foi marcada 127 vezes; “conhecidos”, 76 vezes e “pessoas que conheço apenas pelo *Instagram*”, 42 vezes. Considerando que 109 dos 154 entrevistados afirmam que não se sentem vigiados pela plataforma, conclui-se que a visualização e os comentários gerados por amigos nos *Stories* não são considerados vigilância ou monitoramento pelos usuários.

Entretanto, a vigilância se faz presente no dia a dia e em qualquer lugar. “No campo das práticas de vigilância, elas não apenas se diversificam, como se tornam extremamente presentes no cotidiano da vida urbana e social” (BRUNO, 2013, p.8). Por isso, por mais que os usuários não se sintam vigiados, a observação mútua proporcionada pelos *Stories* pode apresentar características de vigilância.

Nesse contexto, 27% dos usuários afirmam acreditar no poder de exposição do *Stories* e alguns declaram já terem se sentido observados quando usam o recurso. O entrevistado 134, por exemplo, relatou: “Sim. Isso acontece às vezes. Gente que tá sempre visualizando tudo que eu posto, mas não responde, não curte nada. Parece que tá o tempo todo observando as coisas que posto para ‘vigiar’”.

Um entrevistado compartilhou um caso de perseguição:

Sim, teve uma vez em que um cara mais velho (com uns 35/40 anos aparentemente), começou a responder e visualizar todos os *Stories* que eu publicava e quando eu postava com localização, ele falava que estava perto e que a gente tinha que se encontrar [...] até que um dia eu respondi e falei que eu queria que ele parasse porque já estava me incomodando, então ele ficou me xingando e me dizendo para eu tomar cuidado, porque talvez da próxima vez que eu publicasse a minha localização, ele fosse me encontrar [...] (ENTREVISTADO 52).

Segundo Bruno (2013, p.47), “seja na Internet e nos diversos dispositivos que constituem o ciberespaço, seja na própria televisão, assistimos a um crescente retorno da exposição do indivíduo comum à visibilidade [...]”. No caso dos *Stories*, às vezes essa exposição do cotidiano pode ser considerada uma “vigilância desejada”, visto que alguns dos entrevistados sabiam e buscavam ser observados: “Se eu posto algo em qualquer rede social, estou ciente de que aquilo é público, ou seja, será visto por várias pessoas” (ENTREVISTADO 101).

Por isso, para alguns dos entrevistados, os *Stories* têm a função de passar indiretas, e suscitar interesse de pessoas específicas. O entrevistado 59, por exemplo, afirma ter alvos em mente: “Sim, tem vezes que publico histórias que imagino que as pessoas próximas ou pretendidas se identificam. Os motivos são diversos, mas geralmente é atrair pessoas que tenho interesse ou amigos”.

Entre tantas outras influências, a tecnologia comunicacional contemporânea contribui diretamente no modo como os indivíduos se constituem a partir da relação com o outro, em que o olhar do próximo influencia diretamente em nosso comportamento (BRUNO, 2004).

Por mais que o objetivo inicial da ferramenta não tivesse sido o de vigilância, o *Instagram Stories* acaba se tornando mais uma plataforma onde os usuários se expõem na Internet. Segundo Ferreira (2014, p. 82): “Os modos de expressão e de relação com os outros propostos pelas redes sociais [...] convidam o sujeito a uma exposição incessante [...] que modifica a natureza da intimidade mediada até a converter numa realidade nova”. Muito ainda há de se descobrir dentro dessa “nova realidade” para que os usuários, com visões tão diferentes entre si, possam compreender todos os aspectos das novas funcionalidades que surgem todos os dias para ampliar conexões e laços entre as pessoas.

### **Considerações finais**

Este artigo se destinou a estudar o *Instagram Stories* como dispositivo de vigilância a partir do relato de experiências de jovens usuários brasileiros do *Instagram*. Percebemos que, apesar de não haver unanimidade entre os entrevistados de que o *Stories* pode ou não ser usado para vigiar, as tecnologias comunicacionais contemporâneas dão a possibilidade de se monitorar qualquer um via *web*, mesmo em plataformas voltadas ao lazer.

Vários usuários avaliaram a separação entre o feed do *Instagram*, que preza mais pelo estético das fotografias, e os *Stories*, voltado para publicações do dia a dia, como duas funções diferentes em uma mesma plataforma. Entretanto, de acordo com a pesquisa, a preferência pelo *feed* permanece.

Nas relações com o aplicativo observadas a partir da pesquisa, percebe-se a existência de um costume em ser observado constantemente. Algumas vezes os usuários buscam atingir

os seguidores com o conteúdo publicado e mostrar, a partir do uso da localização no *Stories*, por onde andam diariamente ou que lugares frequentam para se divertir.

Após a análise da frequência e finalidades de uso do *Stories*, além do compartilhamento de opiniões e experiências diferentes entre os usuários - alguns acreditam que a função não passa de um recurso de superexposição, outros valorizam o uso do *Stories* para mostrar o cotidiano e tratar de assuntos corriqueiros -, conclui-se que o *Stories* configura diversas maneiras de vigilância, até desejadas ou não percebidas pelo próprio usuário.

## REFERÊNCIAS

BRUNO, Fernanda. **Máquinas de ver, modos de ser: vigilância, tecnologia e subjetividade**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

\_\_\_\_\_. Máquinas de ver, modos de ser: visibilidade e subjetividade nas novas tecnologias de informação e da comunicação. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 11, n.24. p 110-124. julho 2004. Disponível em: <https://goo.gl/1FLnCj>. Acesso em: 11 de agosto de 2017.

\_\_\_\_\_. Quem está olhando? Variações do público e do privado em weblogs, fotologs e reality shows. In: BRUNO, F; FATORELLI, A (Orgs.). **Limiares da imagem: tecnologia e estética na cultura contemporânea**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006. s/p. Disponível em: <https://goo.gl/PZN2aq>. Acesso em: 13 de agosto de 2017.

EL PAÍS. **Instagram Stories comemora primeiro ano e destaca participação de brasileiros**, 2017. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2017/08/02/tecnologia/1501658806\\_683191.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/08/02/tecnologia/1501658806_683191.html). Acesso em: 8 de agosto de 2017.

FERREIRA, Gil Baptista. **Rostos do Facebook** - a formação da identidade nas redes sociais. **EXEDRA Revista Científica**, Coimbra, v. 9, p. 74-84, dez. 2014. Disponível em: <https://goo.gl/vfm7W1>. Acesso em: 14 de março de 2017.

SANTOS, Josecler Rodrigues dos. **O eu como conteúdo: uma observação pelo snapchat**. 2015. 24 f. Monografia (Publicidade e Propaganda) - Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2015. Disponível em: <https://repositorio.ucb.br/jspui/handle/10869/5945>. Acesso em: 10 de agosto de 2017.

SIMÕES, Maria Luiza Fialho de Lima. **Sou visto, logo existo: uma análise comparativa dos espetáculos do Instagram, Instagram Stories e Snapchat**. 2016. 74 f., il. **Trabalho de Conclusão de Curso** (Bacharelado em Comunicação Social) - Universidade de Brasília, Brasília, 2016. Disponível em: <http://bdm.unb.br/handle/10483/16577>. Acesso em: 10 de agosto de 2017.

**TECMUNDO. Instagram Stories chega a 300 milhões de usuários ativos por dia, 2017.**  
Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/software/123750-instagram-stories-chega-300-milhoes-usuarios-ativos-dia.htm>. Acesso em: 14 de abril de 2018.