

# Introdução

A interatividade do usuário e a avaliação individual por um conjunto específico de usuários são atributos relacionados a usabilidade de um sistema. Estes parâmetros servem para definição dos critérios que presumem a qualidade de um *software* de acordo com a norma ISO/IEC

Do mesmo modo, existem também os requisitos ergonomia, nos quais a ISO 9241-11 de 1998 define usabilidade como sendo: O grau em que um produto é usado por usuários específicos para atingir objetivos específicos com eficácia, eficiência e satisfação em um contexto de uso específico.

Neste trabalho faremos uma visão do aplicativo *Instagram* sob as óticas da Interação Humano-Computador. *Instagram* é uma rede social online de compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários, que permite aplicar filtros digitais e compartilhá-los em uma variedade de serviços de redes sociais, como *Facebook*, *Twitter*, *Tumblr* e *Flickr*. Originalmente, uma característica distintiva era a limitação as fotos para uma forma quadrada, semelhante ao *Kodak Instamatic* e de câmeras *Polaroid*, em contraste com a relação a proporção de tela de 16:9 tipicamente usada por câmeras de dispositivos móveis.

O *Instagram* foi criado por Kevin Systrom e Mike Krieger e lançado em outubro de 2010. O serviço rapidamente ganhou popularidade, com mais de 100 milhões de usuários ativos em abril de 2012. O *Instagram* é distribuído através da *Apple App Store*, *Google Play* e *Windows Phone Store*.

O presente documento se encontra organizado da seguinte maneira: na primeira seção é apresentada a lista de figuras; a seção 2 a lista de tabelas e, por conseguinte a lista de gráficos. Logo após damos início ao trabalho com seus perspectivo tópicos que serão abordados, e ultima seção traz as conclusões do trabalho.