



Monetização do usuário

O futuro assustador do
Instagram

Introdução ao Tema

- Mudança de comportamento no confinamento
- Instagram como fuga para o tédio



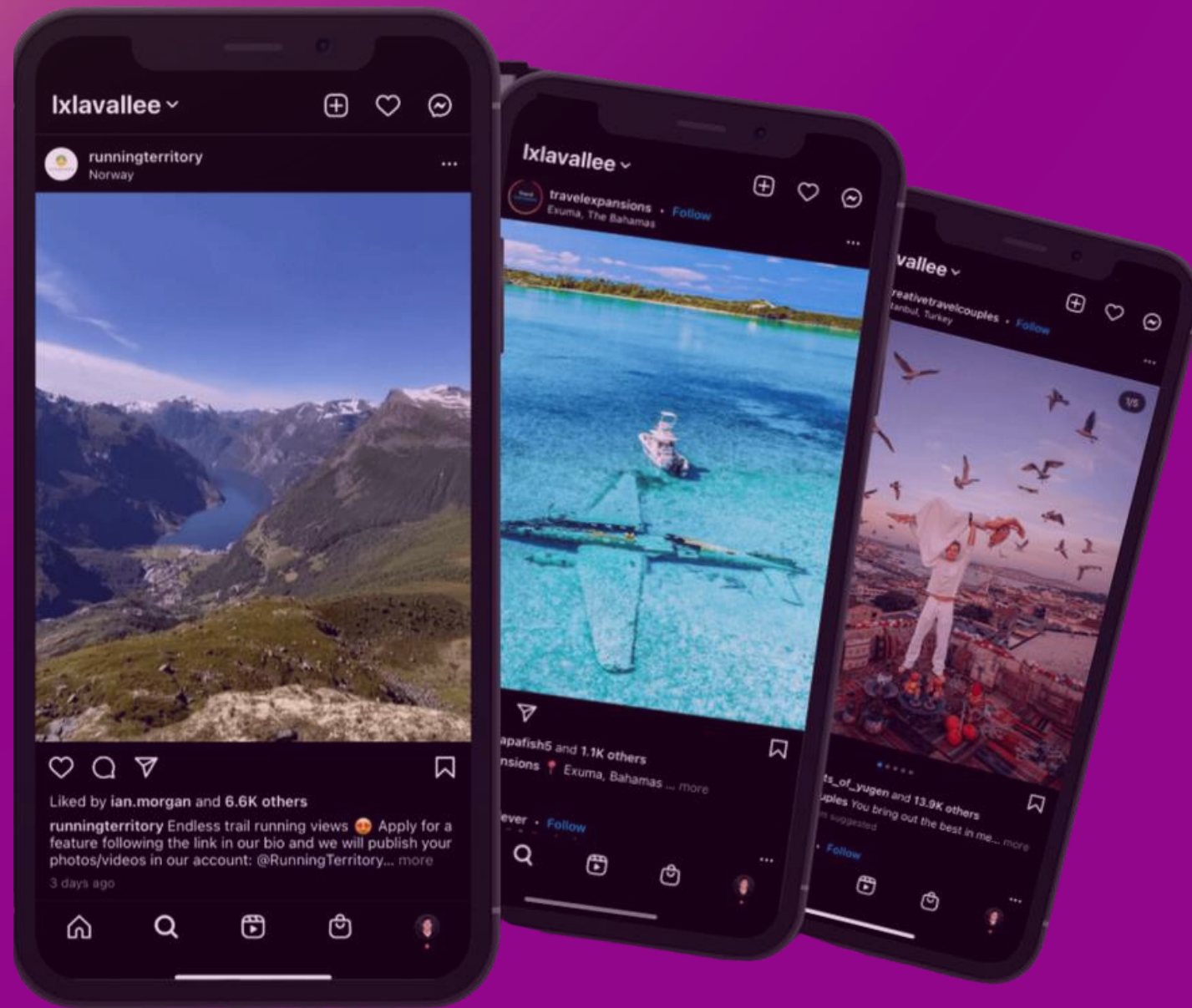
O Tédio e o Instagram

- Uso repetitivo por tédio
- Ciclo viciante de checar o feed

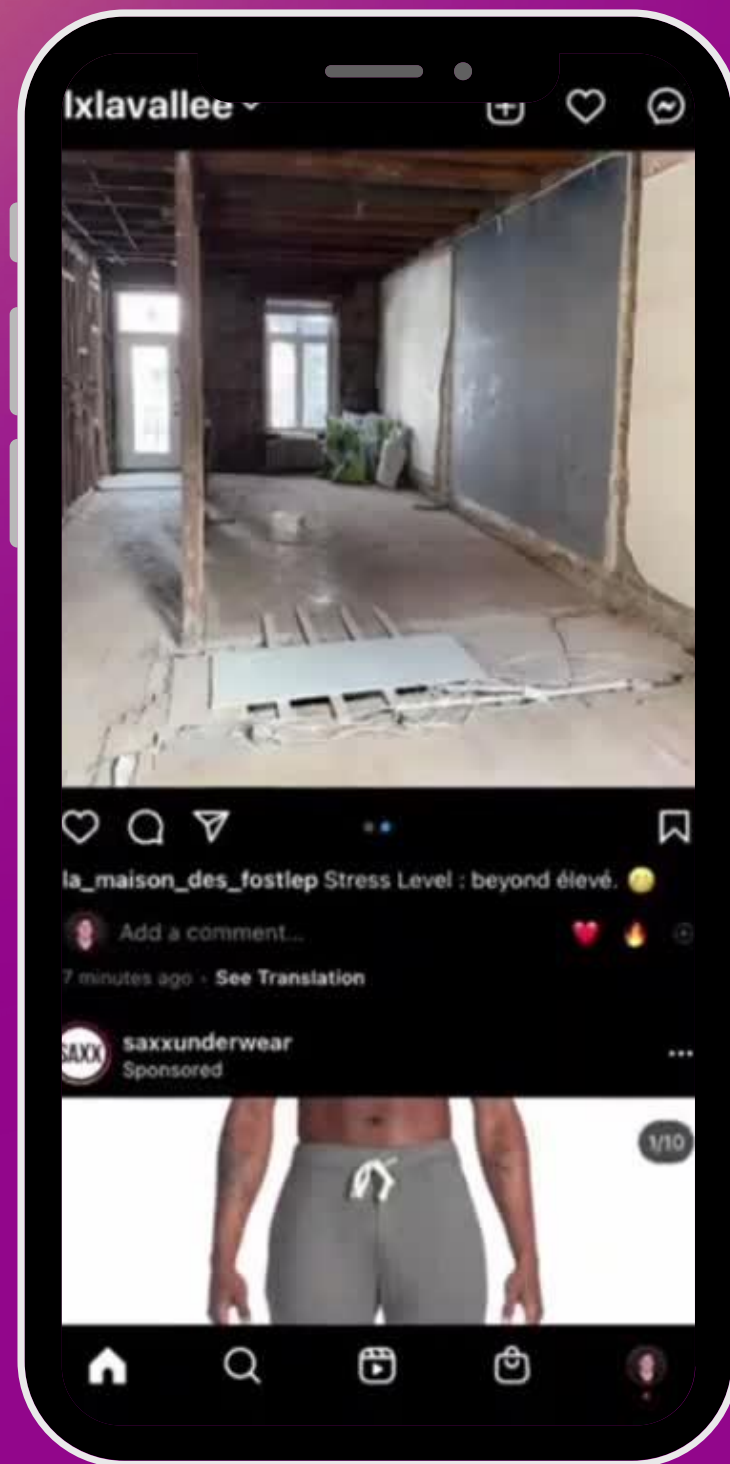


Comparação e Status Social

- Vida "perfeita" no Instagram
- Comparação constante e sentimento de inadequação



O Papel dos Anúncios



- Anúncios em todos os espaços da plataforma
- Influência dos anúncios no consumo impulsivo



Cegueira de Banner

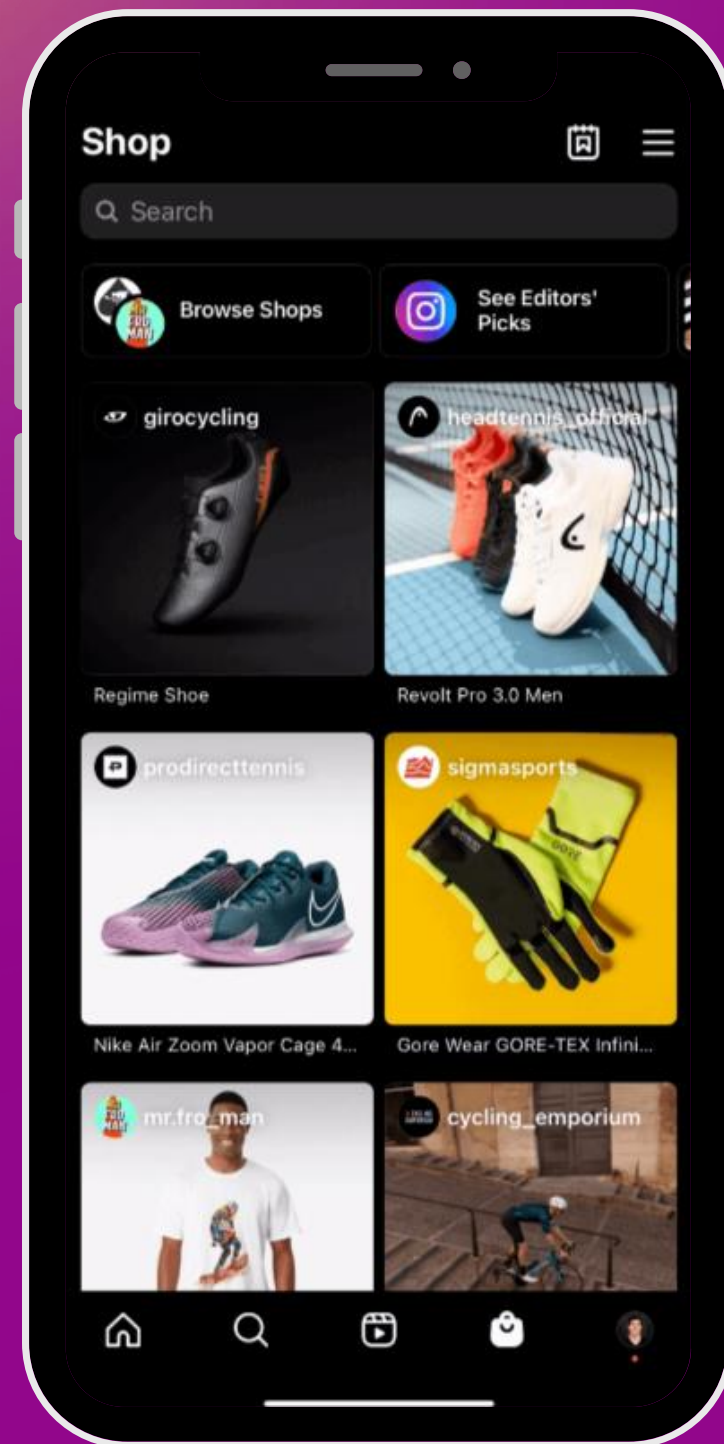
- Aprendizado em ignorar anúncios
- Anúncios se misturando ao conteúdo, confundindo o usuário

*** Aprendemos a ignorar coisas que parecem anúncios.**

*** No entanto, quando os anúncios se misturam ao conteúdo, nosso cérebro não consegue diferenciar, e acabamos assistindo aos anúncios sem perceber.**



Monetização vs. Experiência do Usuário




- Instagram se tornando um shopping virtual
- Sacrifício da experiência do usuário por lucro



Compras no Reels

- Integração de compras no conteúdo
- Confusão entre entretenimento e consumo

 * Quando plataformas, como o Instagram, ganham dinheiro com anúncios, elas focam em lucro, o que prejudica a experiência dos usuários.

* O Instagram, que antes era para compartilhar fotos, está virando um shopping online. Isso cria chances para outras redes surgirem e oferecerem algo mais simples e focado nos usuários.



A Economia da Atenção

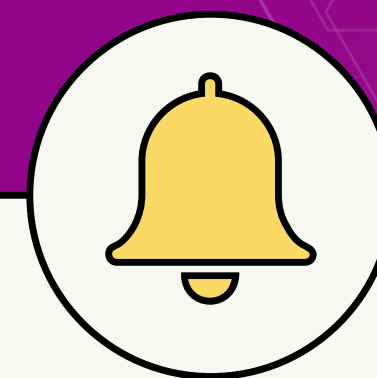
Exemplo

WeChat



2-3 anúncios por dia, enquanto no Ocidente vemos milhares.
Curiosamente, esses poucos anúncios acabam gerando mais resultados.

Signal



le só recebe doações. Funciona porque oferece uma ótima experiência de mensagens, sem anúncios ou rastreamento, focando em privacidade.



Conclusão

- Precisamos limitar a monetização da atenção
- O futuro das redes: otimização para lucro ou para humanos?



