

ANÚNCIOS DIGITAIS DO YOUTUBE E SUAS CONSEQUÊNCIAS NA EXPERIÊNCIA DE USUÁRIOS NA PLATAFORMA

Luana Helena de Oliveira Viana, Marcos Paulo Oliveira de Almeida, Vinicius Correia Cardoso, Francisco Jonathan Vasconcelos Monteiro, Nicole Inacio Sousa, Luciana de Lima

O objetivo da pesquisa é analisar quais são as experiências que os anúncios digitais do YouTube influenciam nos usuários, alunos do curso Sistemas e Mídias Digitais do noturno. Tendo-se em consideração que os anúncios digitais do YouTube podem impactar de forma negativa a experiência dos seus usuários. A pesquisa, caracterizada como Levantamento, apresenta por unidade de análise cerca de 200 sujeitos, caracterizados como alunos do curso de Sistemas e Mídias Digitais matriculados no turno noturno, entre 17 a 40 anos de idade. A pesquisa subdivide-se em quatro fases: planejamento, coleta de dados, análise dos dados e relatório. No planejamento, escolhem-se os temas diante do estudo de seus históricos acadêmicos com a finalidade de estabelecer a problematização do trabalho, além do desenvolvimento de um plano provisório de pesquisa. Na coleta de dados, será realizada a criação de um questionário online de sondagem junto com seu pré-teste e, posteriormente, a seleção da amostra seguida da aplicação desse questionário para os alunos com a finalidade de investigar suas experiências em relação aos anúncios digitais do YouTube. A análise utiliza elementos da estatística descritiva: cálculo das frequências absolutas e relativas das variáveis de forma comparativa, cálculo de média, desvio padrão e coeficiente de variação na seleção das variáveis do questionário, sendo elas: escala de satisfação com os anúncios (variável ordinal) e experiências positivas e experiências negativas com o YouTube (variáveis nominais). Na quarta, e última fase, desenvolve-se a redação do trabalho. Pretende-se publicar este trabalho na Revista Sistemas e Mídias Digitais a fim de comunicar sobre tais reações negativas dos usuários, que assim possam futuramente demandar uma abordagem mais adequada da publicidade digital na plataforma.

Palavras-chave: YouTube ads. anúncios digitais. experiência dos usuários. YouTube.