

# **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.