

OS ANÚNCIOS E A EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO NOS PRODUTOS DIGITAIS¹

Gabriel Bauer Vieira², Lori Machado Filho³

¹Trabalho desenvolvido na disciplina de Programação para Interface de Usuário, do curso de Ciência da Computação, da UNIJUÍ, durante o segundo semestre de 2023.

² Estudante do curso de Ciência da Computação da UNIJUÍ

³ Professor do curso de Ciência da Computação da UNIJUÍ

Introdução/Objetivos: O crescimento da interação com produtos digitais deu origem à área de Experiência do Usuário (UX), que coloca o usuário no centro do processo de design. A UX desempenha um papel crucial no sucesso de produtos digitais, como enfatizado por Norman e Draper (1986) em "*User Centered System Design; New Perspectives on Human-Computer Interaction*". **Metodologia:** O presente trabalho conduz uma pesquisa exploratória com abordagem quantitativa e natureza aplicada, examinando avaliações de usuários do aplicativo YouTube. Isso nos permite entender a percepção dos usuários em relação aos anúncios e sua influência na experiência geral do usuário. Foram coletadas 4.040 avaliações do aplicativo YouTube usando técnicas de *Web Scraping*, que, segundo Bo Zhao (2017), é a prática de extrair informações de websites automaticamente, permitindo a coleta de dados de forma eficiente. Após a coleta, os dados foram submetidos à análise de sentimentos e análise de frequência de palavras. O foco principal recaiu sobre as avaliações que mencionavam a palavra-chave "anúncio", resultando em um conjunto de 1.391 avaliações. Essas avaliações foram então categorizadas em diferentes tópicos por meio da aplicação de algoritmos de aprendizado de máquina. **Resultados e Discussão:** Neste estudo, coletamos um total de 4.040 avaliações dos usuários do aplicativo YouTube. Após a filtragem inicial para remover palavras de parada, como "o," "e," "de," etc., realizamos uma análise de frequência de palavras, identificando os termos mais utilizados. A palavra "anúncios" se destacou, sendo mencionada em 1.188 avaliações, o que representa 26% do total de avaliações analisadas. Foi utilizado o algoritmo de aprendizado de máquina e análise de dados *Latent Dirichlet Allocation* (LDA), objetivando categorizar as avaliações em diferentes tópicos, incluindo "Anúncios," que foi o tópico mais discutido, evidenciando a grande preocupação dos usuários em relação aos anúncios no YouTube. Em contraste, "YouTube Premium" foi o tópico menos mencionado. Esses resultados corroboram com pesquisas anteriores, como o estudo de Mariana Arantes (2018), no qual 46,2% dos entrevistados expressaram o desejo de um serviço sem anúncios no YouTube. **Conclusão:** A coleta de informações por meio de avaliações online é valiosa para entender a experiência do usuário. Para o sucesso de um produto, é fundamental priorizar o usuário na fase de design, criando uma experiência positiva que vai além da necessidade. A insatisfação dos usuários com os anúncios no YouTube destaca a importância de abordar esse problema para melhorar a experiência geral do usuário em aplicativos.

Palavras-chave: Experiência do usuário, UX, Design, aplicativos.