

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL, O USO DA TECNOLOGIA PARA APRIMORAR A PUBLICIDADE NA MÍDIA DIGITAL YOUTUBE (APOIO SANTANDER/UNIP)

Alunos: Vinicius Mamede Reis e Nichelle Santana Candido

Orientadora: Profa. Ma. Silvana Maria de Souza Nery

Curso: Comunicação Social (Publicidade e Propaganda)

Campus: São José do Rio Preto

Com a recente expansão da inteligência artificial, nota-se, mais uma vez, em diversos campos profissionais, que os avanços tecnológicos moldam como a humanidade produz e consome ao longo dos anos. Consequentemente, as áreas relacionadas ao mercado, como a publicidade, encontram uma necessidade de adotar tais tecnologias para aprimorar seus resultados. Nesse contexto, a pesquisa busca compreender a interseção entre a inteligência artificial e a publicidade, tendo como foco as suas interações com a plataforma de vídeos YouTube. O objetivo do estudo é identificar a importância dessa tecnologia na criação de campanhas mais relevantes ao público-alvo, por meio da análise das ferramentas de propaganda do YouTube, sendo estas capazes de melhorar o alcance e a qualidade da segmentação dos conteúdos publicitários lá inseridos. A investigação se dá de forma exploratória e com análise descritiva, desenvolvida de acordo com os conceitos do marketing 5.0. Para uma exploração geral dos temas envolvidos, levantaram-se breves históricos sobre a internet, o YouTube, a evolução do marketing e da inteligência artificial. Antecede, então, a análise das ferramentas mais proeminentes, dentro e fora do YouTube, que utilizam tal tecnologia, bem como os resultados obtidos por algumas marcas que já as utilizam em suas estratégias. Conclui-se, no final da pesquisa, que a revolução gerada pela ascensão da inteligência artificial possibilita a criação de campanhas superpersonalizadas, com um nível de segmentação avançado, o que culmina em ações publicitárias eficientes e altamente relevantes para o público-alvo, dado o grau de personalização das

**XXVII Encontro de Iniciação Científica e
Iniciação em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação**

mensagens e da mensuração de resultados possibilitado pela implementação da tecnologia.