

Ficha de Projeto

Designação do Projeto:	IMPACTV: Impacto eMocional e Previsão de Audiências de Conteúdo na TV
Código do Projeto:	NORTE-01-0247-FEDER-068574 LISBOA-01-0247-FEDER-068574
Região de Intervenção:	Norte e Lisboa
Entidades Beneficiárias:	MindProber, S.A. (Entidade líder), NOS Comunicações, S.A., Instituto Superior Instituto Politécnico do Cávado e do Ave (IPCA)
Data de Aprovação:	05-08-2019
Data de Início:	01-07-2021
Data de Conclusão:	30-06-2023
APOIO FINANCEIRO GLOBAL:	
- Apoio Financeiro da União Europeia (FEDER):	526.085,91 €
APOIO FINANCEIRO IPCA	
- Custo Total Elegível:	167.877,93 €
- Apoio Financeiro da União Europeia (FEDER):	125.908,00 €
- Apoio financeiro público nacional:	41.969,33 €
Objetivos, atividades e resultados esperados:	O projeto IMPACTV tem como objetivo principal a investigação, desenvolvimento e validação de uma ferramenta Media Pre-testing Tool, que permita avaliar a probabilidade, em tempo real, de perda de audiências durante o conteúdo e uma probabilidade total de conversão, no caso de autopromoções ou conteúdo publicitário, assim como de uma plataforma data-as-a-service (DaaS – PALM) que permitirá medir envolvimento emocional dos espetadores perante um determinado conteúdo e, conseqüentemente, otimizar a valorização dos mesmos.

Assim, no âmbito deste projeto pretende-se criar bases de dados robustas, baseadas na inovadora recolha remota de dados fisiológicos em grande escala, que permitam o desenvolvimento de um modelo preditivo de envolvimento do espectador, perante determinado conteúdo, através da definição de perfis médios e arcos emocionais e de modelos matemáticos que têm como principal objetivo aferir a eficácia de um conteúdo de autopromoção. Prevê-se, igualmente, a manipulação de conteúdos de autopromoção, e do seu contexto, para a validação dos resultados obtidos, de forma a maximizar o impacto emocional de um espectador ao assistir aos mesmos e calcular o seu grau de precisão.

Importa ainda notar que o IMPACTV possui, também, um forte alinhamento com as tendências identificadas nos segmentos do consumo de conteúdos em mercados tecnologicamente evoluídos, como os Estados Unidos da América e o Reino Unido.

Neste sentido e de modo a assegurar o sucesso do projeto, foi formado um consórcio constituído por duas empresas – a MindProber e a NOS – e uma ENESII – o IPCA – que reúnem as competências técnico-científicas necessárias e equipas qualificadas para atingir os objetivos estabelecidos pelo projeto IMPACTV.