

Abril 2022

IMMAA Congresso anual

A **JOCIS** e a **Media XXI** apoiam a conferência anual de 2022 da International Media Management Academic Association (IMMAA). As suas conferências anuais promovem e mostram pesquisas de alta qualidade sobre todos os aspetos da gestão de media. Assim como em conferências anteriores, a IMMAA aceita contribuições relacionadas a qualquer um dos tópicos abrangidos pelo termo gestão de media. As conferências da IMMAA têm o caráter de um *workshop* sendo projetadas para incentivar a interação aberta entre académicos juniores e seniores, e profissionais da indústria.



Para o congresso de 2022 a IMMAA incentiva, especialmente, a apresentação de propostas relacionadas ao tema do congresso: **Gestão, Confiança e Valor para os Meios de Comunicação e Trabalho Criativo**. Na última década ocorreram transformações digitais e sociais que aceleraram tanto a fragmentação da audiência quanto o consumo de conteúdos audiovisuais em múltiplos formatos e por meio de diversas plataformas. Uma consequência importante é que parte significativa da audiência de media mudou a sua forma de consumo. A procura por conteúdos personalizados cresceu e a componente digital da audiência, em particular, tornou-se ainda mais fragmentada. Como os utilizadores digitais costumam usar várias telas para visualizar o mesmo conteúdo, ao mesmo tempo em que baseiam as suas escolhas de tela nas suas localizações e circunstâncias atuais, os provedores de conteúdo encontram cada vez mais dificuldade em reter a atenção dos espetadores e manter altos níveis de engajamento e conexão emocional. Novos serviços de media e mudanças nos hábitos de consumo também contribuíram para a fragmentação da audiência e até mesmo para a polarização política, dificultando o acordo social sobre as questões políticas. Portanto, é necessário refletir sobre o papel dos políticos e tomadores de decisão na media para garantir que, nos seus esforços para atrair e reter a audiência, os serviços de media também contribuam para o bem-estar geral das sociedades que atendem. Precisamos reconhecer os *trade-offs* na busca dos objetivos de negócio e sociais, e qual(is) função(ões) a confiança desempenha na busca desses objetivos?

O congresso de 2022 pretende ser um local para partilhar as melhores práticas que podem ajudar as empresas de media a avaliar os níveis de interação e engajamento com o público em cada etapa da cadeia de valor do novo ambiente. Gostaríamos de conhecer estudos de casos de engajamento com o público nas fases de produção, distribuição ou comercialização, e como cada um deles se relaciona com o valor da marca. A pesquisa também é bem-vinda na criação de conteúdo que deixa uma “pegada social” no seu público, aumentando o compromisso dos seus membros com as necessidades sociais, a integridade pessoal e o bem comum – uma questão que se torna mais importante durante uma pandemia global.

Se precisar discutir uma proposta antes de enviá-la, entre em contacto connosco a qualquer momento via **immaa.porto.22@gmail.com**

Saber mais

This email was sent to [[EMAIL_TO]] as a means to exclusively inform potential readers and contributors about JOCIS, if you do not wish to receive any further notifications, [click here](#) to remove your e-mail from our database.

Rua João das Regras 150 5º esq./tras. 4000-291. Porto, Portugal.

AV. 25 de abril, nº 8 B C\W Drt. 2620-185 Ramada, Portugal.