

Estratégias de Co-Design para Abordar a Exclusão Digital em Idosos: Um Estudo de Caso da U3A

Bernardo Figueiredo¹

¹Universidade RMIT, Austrália. bernardo.figueiredo@rmit.edu.au

Esta apresentação leva o público a uma investigação mais profunda sobre o uso do co-design juntamente com outras técnicas de pesquisa. Para isso, o Professor Figueiredo segue o caso da U3A, uma organização social australiana que desejava ajudar seus membros (idosos) a superar o medo de ir online.

A U3A reconheceu que a exclusão digital de idosos era um problema significativo que foi exacerbado pela pandemia de COVID-19. Com o engajamento digital sendo crucial para promover a inclusão social e o bem-estar, a capacidade de seus membros de navegar riscos e adotar tecnologias de informação e comunicação (TIC) era essencial.

A apresentação discute um projeto de método misto destinado a ajudar os idosos a superar sua resistência em ir online. O projeto envolveu quatro estágios, incluindo a análise de percepções de risco, co-criação de estratégias e ferramentas e colaboração com grupos locais. A pesquisa identificou riscos percebidos e co-criou estratégias que respondem às experiências vividas dos membros com TIC, conectando práticas com percepções. Esse co-design de estratégias com os membros ajudou a personalizar suas estratégias, fornecer autonomia para suas experiências de aprendizagem e melhorar seu engajamento com as TIC. Para além disso, conseguiu engajamento de seus membros nas soluções. Os participantes da palestra terão uma melhor compreensão do que é o co-design, como ele funciona e como pode ser aplicado para superar desafios que eles possam enfrentar em seus próprios contextos.

Tópicos: Co-Design, Exclusão Digital, Engajamento com TIC



Bernardo Figueiredo é professor associado na Universidade RMIT. Trabalhou em diversas posições na indústria, incluindo cargos de marketing na Procter and Gamble e na Unilever, Analista de Ciência e Tecnologia para uma grande instituição de financiamento de pesquisa, Auditor do Governo Brasileiro e Diretor de Marketing e CEO em duas pequenas e médias empresas no setor de arte e cultura. Já publicou em algumas das principais revistas de sua área, incluindo o Journal of Consumer Research, o Journal of Marketing e o Journal of Retailing.

Trabalha com empresas e comunidades para criar mudanças sociais e organizacionais. Para atingir seus objetivos, utiliza diversas ferramentas metodológicas e de design, incluindo avaliações exploratórias, etnografia de mercado, netnografia, oficinas de co-design, entrevistas em profundidade, grupos focais, análise cultural e sociocultural, a fim de propor novas perspectivas para uma melhor experiência humana e orientação de mercado.