

**Duração: 2021 - 2022**

## **Investigador Responsável**

Sandra Miranda

## **Membros da Equipa**

**Ana Gama**

### **Linha de investigação:**

Educação, Cidadania e Inclusão

As mudanças na estrutural social da população, a par do inverno demográfico que, de forma generalizada, se vive por toda a Europa, e da ampla disseminação da sociedade em rede trouxeram às sociedades contemporâneas um admirável mundo novo de oportunidades, mas também de importantes desafios. A adesão crescente dos seniores às novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) e, em particular às redes sociais digitais, ao mesmo tempo que tem sido encarada como um sinal positivo de inclusão e de literacia digital, obriga as marcas a encetar um processo apurado de compreensão dos interesses, motivações e perfil desses utilizadores, tal como a desenvolver estratégias de comunicação e ligação consentâneas com as suas especificidades.

Apesar da janela de oportunidade que o aduzido encerra, a auscultação da literatura da especialidade retrata-nos um estado da arte incipiente e fragmentado, mormente centrado nos jovens ou então pontuado por pesquisas com forte enfoque em tecnologia.

Desta feita, e sendo líquido de que, apesar da sua força e grandeza, existe um grande desconhecimento do segmento senior (60+, Organização Mundial de Saúde) nomeadamente no que tange à compreensão dos drivers e motivações pelos quais navegam nos social media, como interagem com as marcas, e das estratégias e processos comunicacionais que as marcas utilizam para com eles criar ligação e engagement nas redes sociais online, o presente projeto constitui uma abordagem inovadora para a compreensão da relação que as empresas e as marcas devem estabelecer com este segmento.

Tendo em consideração a escassez de literatura da especialidade e atendendo ao referencial teórico que se traduz numa revisão fragmentada e atomista destas questões, adotamos um posicionamento paradigmático interpretativo, consubstanciando-se a abordagem netnográfica (rede social, Facebook) na nossa estratégia metodológica central, por ser considerada a que melhor capta e retrata as práticas de consumo mediático, os processos de sociabilidade e os fenómenos comunicacionais que envolvem as representações sociais dos atores sociais dentro das comunidades virtuais (Kozinets, 2010).

Esperamos com este projeto, fortalecer a produção científica na área da literacia digital e da comunicação para seniores, tendo presente não apenas a sua mais valia para a comunidade académica, profissional e empresarial, mas

também na forma como fomenta a cooperação entre a ciência e o cidadão comum – reforçando o papel de ciência cidadã.