

Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC
Centro Sócio Econômico - CSE
Departamento de Economia e Relações Internacionais

DANILO DE OLINDA MARQUES

ECONOMIA CRIATIVA E MOOC: UM ESTUDO SOBRE O CIFRAS ONLINE

FLORIANÓPOLIS,

2019

DANILO DE OLINDA MARQUES

ECONOMIA CRIATIVA E MOOC: UM ESTUDO SOBRE O CIFRAS ONLINE

Monografia apresentada ao Departamento de Economia e Relações Internacionais, Curso de Graduação em Ciências Econômicas, da Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito obrigatório para a obtenção do Título de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientador: Prof. Dr. Valdir Alvim da Silva

Área: Economia Política da Cultura

Florianópolis,
Dezembro, 2019

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA – UFSC
CENTRO SOCIOECONÔMICO - CSE
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Este Trabalho Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do título de Bacharel em Economia e aprovado com nota 9,0 (nove) em sua forma final pelo Curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Santa Catarina

Florianópolis, dezembro de 2019.

Prof. Dr. Daniel de Santana Vasconcelos
Coordenador do Curso de Economia

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Valdir Alvim da Silva
Orientador -UFSC

Prof. Dr. Marialice de Moraes
Membro 1

Prof. Dr. Marcio Vieira de Souza
Membro 2

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a minha família por todo incentivo que deram a minha educação, principalmente aos meus pais que sempre acreditaram no meu potencial, que mesmo diante de todas as dificuldades nunca abriram mão de me ajudar nos momentos mais difíceis e me guiaram pelo caminho do conhecimento, se hoje sou o primeiro membro da família a cursar uma universidade, isto é devido à grandiosa educação que vocês me deram.

Agradecer a todos amigos que fiz na universidade que enriqueceram minha vivência universitária, me escutaram e me aconselharam das formas mais positivas.

Agradecer também ao meu orientador Valdir Alvim pela paciência e liberdade na escolha do tema, tema este que está muito presente em minha vida e me ajudará na minha vida profissional como educador da música.

E por fim agradecer a todos os professores do departamento de economia que passaram pelo caminho e contribuíram para o meu aprendizado e que me ajudaram a me tornar uma pessoa melhor.

Ensinarás a voar... mas não voarão o teu voo;
Ensinarás a sonhar... mas não sonharam o teu sonho;
Ensinarás a viver... mas não viverão a tua vida;
Ensinarás a cantar... mas não cantarão a tua canção;
Ensinarás a pensar... mas não pensarão como tu;
Porém saberás que cada vez que voem, sonhem, vivam, cantam e pensem...
estará a semente do caminho ensinado e aprendido.

José Saramago

RESUMO

A revolução das tecnologias da informação e comunicação (TICs), e posteriormente a popularização dos microcomputadores e da internet, tornaram as relações econômicas com a sociedade muito dinâmica nas últimas décadas. Isto demanda de empresas e indivíduos soluções criativas para os problemas da contemporaneidade. A rapidez e complexidade dos processos econômicos e culturais no século XXI demandam dos indivíduos cada vez mais velocidade nos processos aprendizagem para estarem capacitados para ascender aos espaços do mercado, qualificação do trabalho. Enquanto isto, empresas e instituições de ensino buscam formas inovadoras para suprir as novas demandas dos alunos. O Cifras Online é uma plataforma de ensino online, de acesso gratuito e massivo, onde a construção dos conteúdos acontece, em grande parte, de forma colaborativa e livre entre os usuários. Surgiu para suprir as demandas desse novo paradigma do capitalismo contemporâneo. Sob a ótica da literatura acerca da economia criativa e MOOCs, a análise do Cifras Online o configurou como uma empresa criativa, através da abordagem de classificação adaptada da CNAE 2.3 com a classificação da UNCTAD sobre indústrias criativas, cujo objetivo da pesquisa propôs o enquadramento do Cifras Online como uma plataforma de ensino CMOOC. Por fim foi realizada a análise de usabilidade e impacto socioeconômico da plataforma de ensino. Para alcançar tais objetivos foram elaborados uma base de dados através de questionários semiestruturados aplicados entre os membros da empresa e os realizados numa amostra de 50 músicos residentes na cidade de Florianópolis. Com os resultados do trabalho sobre o Cifras Online, em termos conclusivos se percebeu que o Cifras se enquadra nos critérios de classificação como uma empresa criativa, com enquadramento do site como uma plataforma CMOOC, além do que a Cifras Online se constitui como uma ferramenta de impacto socioeconômico e é utilizado por ampla gama dos músicos, tendo nas as cifras e nas vídeo aulas os conteúdos mais acessados e utilizados.

Palavras chaves: Economia criativa. MOOC. Ensino à Distância. Cifras. Música.

ABSTRACT

The revolution in information and communication technologies (ICTs), and later the popularization of microcomputers and the internet, have made economic relations with society very dynamic in recent decades. This demands from companies and individuals creative solutions to contemporary problems. The speed and complexity of the economic and cultural processes in the 21st century demand from individuals more and more speed in learning processes to be able to ascend to market spaces, qualification of work. Meanwhile, companies and educational institutions are looking for innovative ways to meet students' new demands. Cifras Online is a free and massively accessible online learning platform, where the construction of content happens largely in a collaborative and free way among users. It emerged to meet the demands of this new paradigm of contemporary capitalism. From the perspective of the literature on the creative economy and MOOCs, the analysis of Cifras Online configured it as a creative company, through the CNAE 2.3 adapted classification approach with the UNCTAD classification on creative industries, whose purpose of the research proposed to frame the Online Ciphers as a CMOOC teaching platform. Finally, the usability and socioeconomic impact analysis of the teaching platform was performed. In order to reach these objectives, a database was elaborated through semi-structured questionnaires applied among the company members and those performed in a sample of 50 musicians residing in the city of Florianópolis. With the results of the work on Cifras Online, it was concluded that Cifras meets the criteria of classification as a creative company, framing the site as a CMOOC platform, and Cifras Online is a tool for socioeconomic impact and is used by a wide range of musicians, with the ciphers and video lessons the most accessed and used content.

Keywords: Creative Economy. MOOC. distance learning. Ciphers. Music.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AVA	- Ambiente Virtual de Aprendizagem
CEO	- Chief Executive Officer
CMOOC	- Connectivist Massive Open Online Course
CNAE	- Classificação Nacional de Atividades Economicas
DCMS	- Department for Digital, Culture, Media & Sport
MOOC	- Massive Open Online Course
OMPI	- Organização Mundial da Propriedade Intelectual
RU	- Reino Unido
SEBRAE	- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
TIC	- Tecnologia da Informação E Comunicação
UFSC	- Universidade Federal de Santa Catarina
UNCTAD	- United Nations Conference on Trade and Development
XMOOC	- X Massive Open Online Course

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Criatividade na economia atual	22
Figura 2 - Barra superior do site Cifras Online	38
Figura 3 - Área destinada a organização de lista pelo usuário	39
Figura 4 - Área aprenda do Cifras Online	40
Figura 5 - Área destinada a enviar cifras ou tablaturas.....	40
Figura 6 - Opção “mais” da página do Cifras Online	41
Figura 7 - Área do usuário no Cifras Online	41
Figura 8 - Fórum do Cifras Online	42
Figura 9 - Barra superior da página Forme Sua Banda.....	43
Figura 10 - Página inicial do Cifras Online News.....	43
Figura 11 - Página inicial do canal no Youtube	44
Figura 12 - Aplicativos do Cifras Online.....	45

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Classificação da UNCTAD adaptada à classificação da CNAE 2.3	16
Quadro 2 - Tabela de classificação para as indústrias criativas derivadas de diferentes modelos....	24
Quadro 3 - Classificações das indústrias criativas conforme os 5 modelos.	26
Quadro 4 - Diferenças entre CMOOC e XMOOC	32

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Porcentagem dos entrevistados que já utilizaram, ou não, o site Cifras Online? .	51
Gráfico 2 – Porcentagem de pessoas do sexo masculino e feminino na amostra.....	52
Gráfico 3 – Porcentagem das faixas etárias da amostra.....	52
Gráfico 4 – Porcentagem dos que concordam, ou não, que utilizam o Cifras Online com frequência.....	53
Gráfico 5 – Conteúdos que já foram acessados pelo entrevistados.....	53
Gráfico 6 – Conteúdos acessados com mais frequência pelos entrevistados.....	54
Gráfico 7 – Porcentagem dos instrumentos tocados pelos usuários.....	55
Gráfico 8 – Porcentagem dos entrevistados que já participaram ou não de cursos presenciais de música.....	55
Gráfico 9 - Porcentagem dos entrevistados que concordam, ou não, que o Cifras Online contribuiu para suas inicializações no instrumento musical.....	56
Gráfico 10 - Porcentagem dos entrevistados que se consideram, ou não, músicos profissionais.....	57
Gráfico 11 – Porcentagem de entrevistados que possuem, ou não, carteira assinada.....	57
Gráfico 12 – Porcentagem dos entrevistados em porcentagem média da renda obtida com música na renda total no mês anterior a pesquisa.....	58
Gráfico 13 – Porcentagem dos que concordam, ou não, que o Cifras Online contribuiu para suas construções do conhecimento sobre música.....	59
Gráfico 14 – Porcentagem dos que concordam, ou não, que o Cifras Online é uma ferramenta de impacto socioeconômico.....	59

SUMÁRIO

CAPITULO I -O CONCEITO DE ECONOMIA CRIATIVA: ECONOMIA, TECNOLOGIA E CULTURA.....	13
INTRODUÇÃO	13
1.1. TEMA E PROBLEMA DA INVESTIGAÇÃO.....	14
1.2. Objetivos.....	17
1.2.1. Objetivo geral.....	17
1.2.2. Objetivos específicos	17
1.3. METODOLOGIA DO PLANO DE EXPOSIÇÃO	17
CAPITULO II -ECONOMIA CRIATIVA: NOVO MERCADO NO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO.....	19
2.1. Indústria Criativa e Indústria Cultural	23
2.2. Classificação da UNCTAD	25
2.3. A economia criativa como campo de estudo	27
2.4. Economia criativa e educação	28
CAPITULO III -EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA E AVAS	30
3.1. MOOCS são AVAs.....	31
3.2. Modelo de negócio de MOOC.....	32
CAPITULO IV - ESTUDO DE CASO DO CIFRAS ONLINE	36
4.1. História do Cifras Online.....	36
4.2. Cifras Online: estrutura do site, conteúdos e ferramentas.....	38
4.3. Fórum do Cifras Online.....	42
4.4. Forme sua Banda	43
4.5. Cifras Online News	43
4.6. Canal no Youtube	44
4.7. Aplicativos.....	44
4.8. Cifras Online: uma empresa criativa	45
4.9. Cifras Online: um típico CMOOC	49
CAPITULO V -ANÁLISE DE USABILIDADE E IMPACTO SOCIOECONÔMICO DO CIFRAS ONLINE	51
5.1. Tocar algum instrumento ou cantar: entrevistas e análise qualitativa	51
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	61
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	63
APÊNDICE I – QUESTIONÁRIO APLICADO À EMPRESA CIFRAS ONLINE.	66
APÊNDICE II –QUESTIONÁRIO APLICADO AOS MÚSICOS DA CIDADE DE FLORIANÓPOLIS.	68

CAPITULO I - O CONCEITO DE ECONOMIA CRIATIVA: ECONOMIA, TECNOLOGIA E CULTURA

INTRODUÇÃO

O início do século XXI, com a popularização dos microcomputadores e da internet, foi de grande instabilidade e rápidas transformações nos tecidos econômicos e sociais, e com isso surge à necessidade de trazer novas formas de entender estes novos paradigmas tecnológicos. Neste contexto emerge o conceito de economia criativa, que engloba aspectos da economia, da tecnologia e da cultura. Este novo conceito da economia criativa coloca a criatividade como um fator chave para o desenvolvimento econômico, criatividade esta que se expressa não apenas em conteúdos artísticos e culturais, mas também através das inovações, como nos setores tecnológicos e de pesquisa e desenvolvimento.

O primeiro estudo sobre o lado criativo da economia surge na Austrália com John Howkins, em 1994, na intenção de mostrar a importância do trabalho criativo para a economia australiana. Inspirado no trabalho do australiano Howkins, o Reino Unido foi a primeira nação a colocar a economia criativa como política de Estado, onde foi feito o “*Creative Industries Mapping Document*”, em 1997, estudo que mapeou todas as atividades criativas do país. Desta forma, em um ambiente de acirrada disputa econômica internacional, a economia criativa começa a ganhar destaque dentro das pautas governamentais. Por ser um conceito novo e ainda pouco explorado, a economia criativa ainda é usada como sinônimo de economia cultural, porém os recentes esforços em melhor classificar essa nova categoria de análise das atividades econômicas têm ganhado corpo.

O mundo digital tem sido de grande utilidade para desenvolvimento de atividades econômicas criativas, passando pelos mais diversos campos das atividades econômicas, não apenas criando novos mercados, produtos e estilos de vida, mas também causando impactos socioeconômicos através da inclusão social, principalmente no âmbito da educação, democratizando o acesso ao conhecimento através das redes.

Estas mudanças criam novos mercados e novos produtos desencadearam maior velocidade na geração destes novos estilos de vida, que alia o real ao virtual; ferramentas e comunidades virtuais interativas; revolução na área da educação ampliando a distribuição do conhecimento; metodologias de redes sociais e novos Ambientes Virtuais de Aprendizagem

(AVAs), que permitem um novo olhar para o ensino, eliminando a necessidade presencial no espaço físico como ambiente de aprendizagem, ampliam as possibilidades de acesso dos indivíduos na busca de informação, conhecimento e qualificação.

1.1. Tema e problema da investigação

Na década de 70 as novas Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) foram responsáveis por uma revolução nos modos de produção capitalista com as novas combinações dos fatores de produção propostas pelo modo do Toyotismo, deixaram para trás o modo fordista de produzir, criando novos produtos, mercados, estruturas organizacionais, matérias primas, e também novas relações socioculturais (ANTUNES, 2002).

Após a revolução tecnológica dos 1970, Dreifuss (1996) destaca o surgimento dos sociomercados informatizados, que desemboca num novo modo de vida, emergindo por novas necessidades de consumo. Marx (2008) já apontava na Miséria da Filosofia a inovação como fator determinante das mudanças nas sociedades históricas do século XIX. “Ao adquirir novas forças produtivas, os homens mudam o modo de produção, e ao mudar o modo de produção e a maneira de ganhar a vida, alteram-se todas as relações sociais” (MARX, 2008, p. 91).

Como se vê a inovação tecnológica altera as relações sociais quando os homens mudam a maneira de ganhar a vida e o modo de produzir as coisas, quando esta produção agrega novas forças, em movimento, em constante mudança, dando lugar às relações sociais novas.

As mudanças estruturais derivadas da década de 1970, ao mudar as relações socioculturais no modo de produção do capital, muda também os métodos de apropriação, geração e compartilhamento do conhecimento. A pesquisa buscou compreender as características destes compartilhamentos dos *Massive Online Open Course* (MOOCs), a partir de estudos na literatura e do contexto histórico. MOOCs são plataformas de ensino online no conceito de *WEB 2.0* que permitem maior grau de liberdade na administração do conhecimento dos indivíduos, interagindo entre si em redes que constroem conjuntos de conhecimentos (MCAULEY, 2010; MATTAR, 2013).

Os MOOCs podem ser divididos, de acordo com Tavares (2014), em duas categorias distintas. A primeira é o *Connectivism MOOC* (CMOOCs) desenvolvidos de maneira informal, independente e sem ligações com instituições de ensino tradicionais. A segunda

categoria é de *X Massive Open Online Course* (XMOOCs), uma extensão dos modelos clássicos de ensino, ligado às instituições de ensino, o ensino coordenado por professores e centralizado no compartilhamento de conteúdo. Estes novos paradigmas tecnológicos na educação geram impactos nas relações socioeconômicas através da descentralização e facilitação no acesso ao conhecimento (MAZMAN; USLUDEL, 2009).

O momento recente mais importante nos estudos da economia criativa foi a realização da XI Conferência da UNCTAD (*United Nations Conference on Trade and Development*) sobre comércio e desenvolvimento em São Paulo em 2004, onde se debateu um modelo para melhor classificar este setor criativo da economia. Passou-se então a considerar que criatividade e capital humano são insumos primários da produção e da distribuição da economia criativa, assim como determina sejam do campo criativo as atividades focadas no conhecimento e nas artes que geram receitas através dos direitos de propriedade intelectual e atividades que produzem produtos tangíveis ou serviços intelectuais, ou intangíveis que obtêm criatividade, valor econômico e objetivo de mercado (UNCTAD 2008).

O objeto da investigação foi o Cifras Online (nome fictício do original), uma plataforma colaborativa e aberta, atua no campo de estudos da música, permitindo acesso gratuito aos conteúdos disponibilizados. Permite também que usuários compartilhem conhecimento e interajam entre si. O estudo abordou o caso do Cifras como modelo de negócios colaborativo e aberto, em uma plataforma de ensino com o foco no estudo da música. Diante da constante modificação das estruturas dos MOOCs, ocasionadas pelo constante dinamismo em que as tais plataformas atuam (MCAULEY, 2010), entende-se que a importância do estudo sobre o Cifras Online vem da relevância no ensino da música e da possibilidade de classificação dentro da literatura dos MOOCs, em se tratando de plataforma digital de ensino de música considerada a maior da América Latina.

O objetivo geral da investigação consistiu em classificar o Cifras Online como uma atividade econômica criativa, dentro da literatura dos MOOCs determinando sua área de atuação e as áreas de convergências com a UNCTAD, adaptadas às classificações CNAE 2.3. A CNAE surge da necessidade de uma classificação padronizada das atividades econômicas para a utilização em censos econômicos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), não só para uma melhoria da análise da economia nacional, mas para que houvesse a possibilidade de através da obtenção e análise de dados fosse passível uma comparação com outros países. Desta necessidade, os Ministérios do Trabalho, da Previdência Social, Indústria, Comércio e Turismo, e a Secretaria da Receita Federal do Ministério da Fazenda,

desenvolveram uma classificação para as atividades econômicas baseado na classificação das Nações Unidas, de acordo com o relatório “*International Standart Industrial Classification of All Economic Activities*” (ISIC). A primeira versão da CNAE entrou em vigor em 1995. A versão mais atualizada da CNAE é a 2.3, que entrou em vigor em 19 de novembro de 2018, será a base de dados utilizada neste trabalho para a classificação da UNCTAD adaptada à classificação da CNAE 2.3. A UNCTAD classifica a indústria criativa em 4 grupos sendo eles: patrimônio, artes, mídia e criações funcionais. Estes 4 grupos são subdivididos em 9 subgrupos. Para a adaptação com a classificações da CNAE 2.3 e classificação da UNCTAD, serão utilizadas as classificações da CNAE 2.3 que se encaixam em cada um dos 9 subgrupos da UNCTAD, e então sendo os nove subgrupos divididos nos 4 grupos da mesma, como mostra o Quadro 1.

Quadro 1 - Classificação da UNCTAD adaptada à classificação da CNAE 2.3

Classificação da UNCTAD	Classificação da CNAE 2.3 (código da CNAE)
Artes	(8592-5/00) - Ensino de música.
Mídia	(6319-4/00) - Curso de aprendizagem e treinamento gerencial à distância. (5920-1/00) - Atividades de gravação de som e de edição de música.
Criações funcionais	(7319-0-99) - Outras atividades de publicidade não especificadas anteriormente. (63.11-9/00) - Tratamento de dados, provedores de serviços de aplicação e serviços de hospedagem na internet. (6319-4/00) - Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet. (63.99-2/00) - Outras atividades de prestação de serviços de informação não especificadas anteriormente.

Fonte: UNCTAD, 2010; CNAE 2.3, 2019.

Elaboração própria

A democratização do acesso ao ensino da música proporcionado pelo Cifras Online, se torna relevante diante da hipótese de gerar impactos a níveis socioeconômicos e socioculturais, podendo implicar na geração de emprego e renda no impulsionamento da reprodução artística e no bem-estar social. Verificar como a plataforma se mantém *online* identificando as ferramentas que garantem a sustentabilidade econômica é um fator relevante,

podendo o estudo contribuir para manutenção de MOOCs já existentes e para o nascimento de novos.

A questão problemática a ser solvida é se esta experiência online do caso Cifras traz a possibilidade de expandir o acesso das pessoas ao ensino da música, e com isso dar o seu devido enquadramento na classificação deste setor criativo da economia e impactar socioeconomicamente o indivíduo e sua coletividade?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo geral

Consiste em classificar o Cifras Online como uma atividade econômica criativa, dentro da literatura dos MOOCs determinando sua área de atuação e as áreas de convergências com a UNCTAD, adaptada às classificações CNAE 2.3.

1.2.2. Objetivos específicos

- Utilizar as áreas de atuação do Cifras Online e seus códigos correspondentes as tais atividades dentro da base de dados da CNAE 2.3;
- Classificar a base de dados CNAE 2.3 de acordo com o enquadramento no modelo de classificação da UNCTAD.
- Classificar e descrever teoricamente o Cifras Online dentro da literatura dos MOOCs através do estudo do modelo de negócios compartilhados o domínio público;
- Realizar um questionário-entrevista semi-aberto com pessoas ligadas diretamente à administração do Cifras Online;
- Análise de usabilidade e impacto socioeconômico do Cifras Online através de um questionário-entrevista fechado, realizado com uma amostra aleatória de 50 pessoas moradoras da cidade de Florianópolis e que tem o hábito de tocar algum instrumento musical. Questionário foi destinado a grupos de músicos no *facebook* e *what's app* e para estudantes do curso de música da Universidade Estadual de Santa Catarina.

1.3. Metodologia do plano de exposição

A abordagem do plano da investigação foi baseada na metodologia qualitativa segundo Alves-Mazzoti (2002) em que a pesquisa qualitativa consiste na coleta sistemática de dados que é permeada pela imersão do pesquisador no objeto a ser estudado, através da escolha da bibliografia e dos procedimentos adequados para a investigação. O caráter da

pesquisa é descritivo e exploratório na forma de pesquisa exploratória através da pesquisa bibliográfica, utilizando de entrevistas estruturadas com sujeitos relacionados ao objeto da investigação, e o plano de descrição procura demonstrar as características de determinados fenômenos e grupos sociais relacionados ao objeto de estudo através de levantamento de dados (GIL, 2002).

No plano da exposição, este primeiro capítulo aborda os elementos estruturantes da metodologia aqui descrita, a Introdução, o tema e problema da pesquisa, os objetivos e este método de exposição.

O segundo capítulo trata de uma revisão bibliográfica sobre a literatura da economia criativa. Neste capítulo trataremos do contexto histórico deste campo de estudo, o conceito de criatividade e os modelos desenvolvidos para classificar a economia criativa com ênfase no modelo de classificação de economia criativa da UNCTAD.

O terceiro capítulo consiste em uma revisão bibliográfica em torno da literatura dos MOOCs, o intuito é familiarizar sobre apontamentos da academia sobre características, aplicabilidade, modelos de negócios e o desenvolvimento histórico dos MOOCs.

O quarto capítulo irá trabalhar com os dados levantados no questionário-entrevista aplicado ao Cifras Online, sistematizando os dados obtidos na entrevista com pessoas ligadas à administração da empresa, esta etapa tem como objetivo entender características, especificidades e o contexto histórico do Cifras Online, para o devido enquadramento do site dentro da literatura explorada e descrever o seu modelo de negócio.

No quinto e último capítulo serão trabalhados os dados levantados no questionário-entrevista aplicado aos moradores de Florianópolis que tocam algum instrumento musical, sendo a amostra composta de 50 pessoas aleatórias as quais se encaixam neste grupo. Trata-se de uma análise de usabilidade da plataforma e impacto socioeconômico.

CAPITULO II - ECONOMIA CRIATIVA: NOVO MERCADO NO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

No início do século XXI, as transformações ocorridas do uso maciço das tecnologias da informação fizeram com que a inovação através da criatividade se tornasse um ponto chave da competição econômica. Desde então se fez necessário conceituar esse novo mercado criativo, que notoriamente vinha ganhando importância no desenvolvimento econômico.

Porém este mercado criativo data de tempos mais remotos. No final do século XIX e começo do século XX nasceram as primeiras indústrias da informação do entretenimento, como o desenvolvimento da imprensa, da indústria cinematográfica, da indústria fonográfica e de design de produtos. Este momento ficou conhecido como o surgimento das culturas de massas. (MADEIRA, 2014)

Após a segunda guerra mundial o setor criativo ganhou vasta importância na geopolítica internacional, onde no contexto da guerra fria, cultura e economia se fundiam na luta pela hegemonia política entre o bloco norte americano e o bloco soviético. As indústrias do cinema e da música foram os grandes destaques na briga pela hegemonia cultural, dando destaque aos Estados Unidos que dominou a produção de filmes e música, difundindo sua cultura sobre todo o mundo, com destaque a Hollywood.

O desenvolvimento da imprensa, do cinema, da propaganda e do design de produtos transformou estilos de vida e criou novos padrões de consumo para as classes médias, o que ficou conhecido como o fenômeno de cultura de massas, e cujo marco foi a ascensão de Hollywood como o principal centro mundial de produção de filmes em bases industriais. A partir do período pós-Segunda Guerra Mundial, toma vulto a aproximação entre as esferas cultural e econômica das sociedades mais avançadas. Esses anos de estabilidade capitalista, nos quais ainda prevalecia o sistema fordista de produção, viram florescer as maiores empresas de entretenimento norte-americanas, que ilustraram empiricamente o conceito de indústrias culturais. (MADEIRA, 2014, p. 41)

Após revolução das TICs nas décadas de 70 e 80 e a popularização dos microcomputadores e da internet nas décadas subsequentes, fez com surgissem novas formas de produção e de acesso no ramo dos serviços e dos produtos culturais. Após os anos 2000, os consumidores diante das novas formas de consumo em que a internet proporcionava começaram não apenas se interessar pelos produtos, mas também pela experiência que estes produtos poderiam proporcionar, desta forma os conteúdos criativos passaram a ser a bola da vez dos agentes econômicos, abrindo oportunidades inéditas para o setor criativo. A ascensão

deste nicho criativo fica evidente quando se percebe o grande movimento de capitais que migrou nas últimas décadas, das indústrias tradicionais para as indústrias do entretenimento e da tecnologia. (MADEIRA, 2014)

O primeiro esforço para entender este mercado emergente da criatividade começou na Austrália. Em 1994 foi publicado um documento chamado “Creative Nation” (Nação Criativa em português), escrito pelo australiano John Howkins. O trabalho feito por Howkins teve como objetivo mostrar a importância do trabalho criativo para a economia Australiana, através das novas tecnologias no desenvolvimento da produção cultural, que geram riqueza e transformações sociais. (NEWBIGIN, 2010)

Em 1997, no Reino Unido, diante de uma conjuntura econômica de esgotamento dos setores tradicionais da economia, o governo de Tony Blair criou a “Creative Industries Taskforce” (em português, Força-Tarefa das Indústrias Criativas), onde resultou na criação do termo “Economia Criativa”. Os esforços do Reino Unido resultaram na publicação do documento “*Creative Industries Mapping Document*”, em 1998, onde foram mapeadas as atividades criativas de todo o país, mostrando o enorme potencial econômico. (MADEIRA, 2014) (SEBRAE, 2008)

A discussão promovida no Reino Unido acerca da economia criativa teve grande êxito, e gerou uma série de reflexões sobre as mudanças estruturais do mercado no século XXI. A economia criativa passou a ser uma importante ferramenta para as transformações socioculturais e socioeconômicas. (SEBRAE, 2008)

As principais reflexões geradas em pela pesquisa britânica foram:

- Revisão do sistema educacional, diante das novas demandas do mercado. (SEBRAE, 2008)
- Revisão da organização urbana das cidades, com projetos que cunham os modelos de parques e cidades criativas. (SEBRAE, 2008)
- Reconhecimento do valor dos bens culturais pelas instituições financeiras, utilizando modelos de mensuração de valor inspirados nos setores de marcas e patentes. (SEBRAE, 2008)
- Reposicionamento da importância da cultura para políticas pública e socioeconômicas. (SEBRAE, 2008)
- Revisão das estruturas das cadeias produtivas e das cadeias de valor. (SEBRAE 2008)

No Brasil, a economia criativa passa a ser pauta de discussão após 2004, quando ocorreu a XI Conferência da UNCTAD em São Paulo, onde o assunto foi inserido pelo então Chanceler Brasileiro Celso Amorim. Celso Amorim foi embaixador em Londres nos períodos entre 2001 e 2002, e acompanhou as ações do governo britânico de fomento às indústrias criativas como política nacional de desenvolvimento. Em entrevista a revista Istoé em 2003, Celso Amorim já demonstrava sua atenção para economia criativa como uma saída para o desenvolvimento nacional. (MADEIRA, 2014)

“O Brasil é, e tem que ser, a mistura do tigre e da baleia. Só que a ênfase, neste novo governo, não deve ser apenas o de abrir mercados, mas o de avançar na lista de produtos com tecnologia avançada. As nossas exportações, em sua maior parte, são em áreas em que o dinamismo do comércio internacional é decrescente e o protecionismo é grande, como produtos agrícolas e semi-elaborados. O Brasil tem como desenvolver uma indústria criativa. É o País da moda, do futebol, da música popular e do cinema. Sem falar da base tecnológica, que pode ser muito fortalecida. Precisamos vender inteligência agregada.” (Amorim, 2003)

Os anos subsequentes a 2004 foram marcados pela grande atenção brasileira ao tema da economia criativa.

- Em 2005 aconteceu o I Fórum Internacional de Indústrias Criativas em Salvador, organizados por iniciativa do até então Ministro da Cultura Gilberto Gil e pelo Embaixador Rubens Ricupero. (SEBRAE, 2008)
- Em 2006 houve a inserção do tema da economia criativa no Fórum Cultural Mundial do Rio de Janeiro. (SEBRAE, 2008)
- Em 2007 ocorreram dois seminários internacionais voltados a economia criativa, sendo sediados no Ceará e em São Paulo. (SEBRAE, 2008)

Este período criou um ambiente muito favorável a inserção do debate da economia criativa no Brasil. Mesmo que não tenha se concretizado políticas públicas do governo federal quanto ao fomento da economia criativa, estimulou governos estaduais e órgãos privados a tratar do assunto. (MADEIRA, 2014)

Fica evidente que o final de século XX e início do século XXI foram de grande avanço no campo da economia criativa. Diante das transformações da competição econômica e das preferências do consumidor, o jovem arcabouço teórico sobre economia criativa ganhou protagonismo.

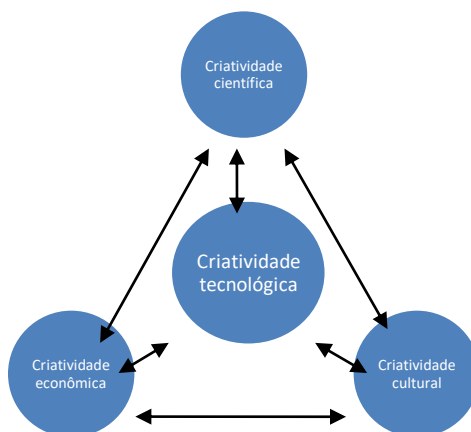
Porém, antes de tudo, é necessário conceituar o que é a criatividade, pois é na criatividade que se sustenta toda a ideia da economia criativa. A criatividade é um objeto imaterial e por isso de difícil mensuração e definição, pode-se dizer que a criatividade é um processo mental do homem onde as ideias são organizadas, reorganizadas e/ou criadas.(UNCTAD, 2010) Dentro deste processo íntimo do indivíduo é difícil dizer se a criatividade é um atributo do homem ou processo onde novas ideias são geradas. Entretanto, diante do empreendimento humano podemos tirar algumas definições e distinções entre os processos criativos.

Segundo relatório da UNCTAD de 2010 sobre economia criativa, a criatividade pode ser dividida em 3 categorias dentro da atividade humana:

- Criatividade artística: é a capacidade de imaginar, gerar novas ideias e novas formas de interpretação do mundo, expressas através de texto, som e imagem. (UNCTAD, 2010)
- Criatividade científica: capacidade de experimentar e buscar novas soluções para problemas. (UNCTAD, 2010)
- Criatividade econômica: Capacidade de inovar através de tecnologias, marketing e formas de fazer negócios, se expressando através de vantagens competitivas na economia. (UNCTAD, 2010)

Há também a criatividade tecnológica, que se expressa, em maior ou menor grau, através da dinâmica de produção dos processos criativos anteriores, como mostra a figura 1. (UNCTAD, 2010)

Figura 1 - Criatividade na economia atual



2.1. Indústria Criativa e Indústria Cultural

Os termos “indústrias culturais” e “indústrias criativas” causam certa confusão, muito ainda por serem pouco abordados pela academia. Em muitos textos acadêmicos e governamentais os termos acabam sendo usados como sinônimos, ou dependendo da abordagem, se opta por um ou outro termo. (MADEIRA, 2014.) No entanto nos últimos anos tem ocorrido um grande esforço para melhor classificar estes termos, como exemplo os relatórios da UNESCO sobre economia criativa. Para a UNESCO, indústrias culturais têm como característica bens e serviços intangíveis e culturais que têm como objetivo promover e garantir à diversidade cultural e a democratização do acesso à cultura. (UNCTAD, 2010)

Um aspecto importante das indústrias culturais, de acordo com a UNESCO, se refere ao fato de que elas são “centrais na promoção e manutenção da diversidade cultural e na garantia do acesso democrático à cultura”. Essa natureza dupla – combinando o cultural e o econômico - proporciona às indústrias culturais um perfil distinto. (UNCTAD, 2010, p.5). Diferente da definição de indústria cultural, que se volta a tratar de bens e produtos artísticos e da economia da cultura, o termo indústria criativa ganha uma abordagem muito mais ampla, abordando tanto bens e serviços artísticos assim como bens e serviços tecnológicos que se desenvolveram através de processos criativos. (UNCTAD, 2010). Existem 4 abordagens diferentes para tratar as indústrias criativas, cada uma delas abordando de forma diferente na distinção dos subgrupos do setor criativo. As 4 abordagens são:

- Modelo do Departamento de Cultura Mídia e Esportes do Reino Unido: modelo desenvolvido no final da década de 90 pelo governo do Reino Unido, este modelo define indústrias criativas as atividades econômicas que necessitam de criatividade, habilidade e talento para gerar riquezas e empregos através do uso da propriedade intelectual, onde existem a distinção entre 13 tipos de indústrias. (UNCTAD, 2010)
- Modelo de textos simbólicos: modelo inspirado na tradição de estudos críticos-culturais, focando a atenção na cultura popular, através das formas como são produzidas e distribuídas pelos meios de comunicação. (UNCTAD, 2010)
- Modelo dos círculos concêntricos: este modelo parte da ideia de que o conteúdo cultural de um produto ou serviço é originado das artes criativas centrais e se externaliza através de círculos concêntricos chegando ao conteúdo comercial, isso constrói uma aceitação maior no mercado. (UNCTAD, 2010)
- Modelo de direitos autorais da Organização Mundial da Propriedade Intelectual: modelo baseado nas indústrias que se relacionam diretamente e indiretamente na criação, produção, radiodifusão e distribuição de trabalhos protegidos por direitos autorais. (UNCTAD, 2010)

A Quadro 2 mostra as classificações feitas por cada um dos modelos, mostrando a diferença das abordagens que pode se ter ao utilizar cada um deles.

Quadro 2 - Tabela de classificação para as indústrias criativas derivadas de diferentes modelos.

Modelo do DCMS do RU	Modelo de textos simbólicos	Modelo de círculos concêntricos	Modelo de direitos autorais da OMPI
Publicidade	Indústrias culturais centrais	Artes criativas centrais	Indústrias centrais de direitos autorais
Arte e antiguidades	Publicidade	Literatura	Publicidade
Artesanato	Filmes	Música	Sociedade de gestão coletiva
Design	Internet	Artes cênicas	Filmes e vídeos
Moda	Música	Artes Visuais	Música
Filme e vídeo	Editoras		Artes cênicas
Música	Televisão e rádio	Outras indústrias culturais centrais	Editoras
Artes cênicas	Videogames e jogos de computador	Filmes	Software
Editoras		Museus	Televisão e rádio
Software	Indústrias culturais periféricas		Artes gráficas e visuais
Televisão e rádio	Artes cênicas	Indústrias culturais mais amplas	
Videogames e jogos de computador		Serviços de patrimônio	Indústrias de direitos autorais independentes
	Indústrias culturais sem distinção fixa	Editoras	Material de gravação em branco
	Eletrônicos	Gravação de sons	Eletrônicos para consumidor
	Moda	Televisão e rádio	Instrumentos musicais
	Software	Video games e jogos de computador	Papel
	Esporte		Fotocopiadoras
		Indústrias relacionadas	Equipamento fotográfico
		Publicidade	
		Arquitetura	Indústria de direitos autorais parciais
		Design	Arquitetura
		Moda	Vestuário, calçados
			Design
			Moda
			Utensílios domésticos
			Brinquedos

Fonte: UNCTAD, 2010

2.2. Classificação da UNCTAD

A UNCTAD também se debruçou sobre os esforços de classificar as indústrias criativas, trabalho que se deu início na XI Conferência Ministerial da UNCTAD, em 2004, em São Paulo. Desta forma a UNCTAD ampliou o conceito de criatividade, e passou a considerar a indústria criativa não somente atividades que são compostas de fundamento artístico, mas toda atividade econômica que produz serviços ou produtos que dependem da propriedade intelectual. (UNCTAD, 2010) .

As definições da UNCTAD para determinar se uma atividade econômica pode ser considerada como uma indústria criativa são as seguintes: quando criatividade e capital humano são insumos primários da produção e da distribuição; atividades focadas no conhecimento e nas artes que geram receita através dos direitos de propriedade intelectual; atividade que produzem produtos tangíveis ou serviços intelectuais ou intangíveis que obtêm criatividade, valor econômico e objetivo de mercado; quando setores artísticos, de serviços e industriais se misturam na atividade (UNCTAD, 2010).

Na perspectiva da UNCTAD para a economia criativa, a indústria cultural passa a ser um subconjunto da indústria criativa. Outra diferenciação feita na classificação da UNCTAD são as classificações das “atividades *upstream*” e “atividades *downstream*”, sendo elas:

- Atividades *upstream*: são as atividades tracionais da cultura, como expressões culturais, artes cênicas, audiovisual e sítios culturais. (UNCTAD, 2010)
- Atividades *downstream*: são atividades mais ligadas ao mercado, como a mídia, editoras, publicidade, design e serviços criativos. (UNCTAD, 2010)

Esta classificação não separa os grupos dando exclusividade a suas atividades, mas considera que as atividades se relacionam entre si. Desta forma foram determinadas 4 grandes de atividades criativas: patrimônio, artes, mídia e criações funcionais. Por vez, estes 4 grupos são subdivido em outros nove subgrupos.

O grupo do patrimônio engloba atividades culturais que envolvem aspectos históricos, antropológicos, estéticos, sociais e étnicos. Este grupo é considerado a alma das indústrias culturais e criativas, pois influenciam na criatividade. Há duas divisões dentro deste grupo, as “expressões culturais tradicionais” (artesanato, festivais e celebrações) e os locais culturais (sítios arqueológicos, museus, bibliotecas, exposições e etc.) (UNCTAD, 2010).

O grupo das artes inclui as atividades relacionadas à arte e a cultura e são subdividido em dois subgrupos, o das “artes visuais” (fotografias, pinturas, esculturas, antiguidades) e o das artes cênicas (teatro, música, dança, ópera, circo, ensino de artes e etc.) (UNCTAD, 2010).

A mídia é o grupo que abrange as atividades de comunicação em massa. Este grupo é subdividido entre “editoras e mídias de imprensa” (livros, imprensa e etc.) e atividades “audiovisuais” (filmes, televisão, rádio e etc.) (UNCTAD, 2010).

E por final o grupo das criações funcionais que engloba atividades de prestação de serviços que possuam fins funcionais. Este grupo é subdividido em 3 subgrupos sendo eles o de “design” (interiores, gráficos, moda e etc.), o das “novas mídias” (pesquisa e desenvolvimento, arquitetônico, publicidade, cultural e recreativo, e serviços digitais) e o de “serviços criativos” (publicidade, serviços digitais, pesquisa e desenvolvimento, e outros serviços digitais) (UNCTAD, 2010).

O Quadro 3 mostra as atividades contempladas pelo modelo da UNCTAD de forma comparativa as atividades da indústria criativa que são contempladas pelos modelos apresentados anteriormente.

Quadro 3 - Classificações das indústrias criativas conforme os 5 modelos.

Atividades econômicas criativas	DCMS	Texto Simbólico	Círculos concêntricos	OMPI	UNCTAD
Arquitetura	x		x	x	x
Artes e Antiguidades	x				x
Artes cênicas	x		x	x	x
Artes visuais	x		x	x	x
Artesanato					x
Artigos domésticos				x	
Áudio (gravação de som, etc.)			x	x	x
Brinquedos				x	
Celebrações e festivais					x
Cinema e vídeo	x	x	x	x	x
Design (brinquedos, gráfico, interiores, joias)	x		x	x	x
Eletrônicos de consumo		x		x	

Ensino de Artes					X
Esportes		X			
Fotocopiadoras, equipamentos fotográficos				X	
Instrumentos musicais				X	
Internet		X		X	
Jogos de vídeo e computador	X	X	X		X
Material de gravação em branco				X	
Moda	X	X	X	X	X
Museus e bibliotecas			X		X
Música	X	X	X	X	X
Pesquisa & planejamento (P&D) criativos					X
Papel				X	
Publicações	X	X	X	X	X
Publicidade	X	X	X	X	
Recreação					X
Serviços criativos					X
Sítios arqueológicos			X		X
Software	X	X		X	X
Tv e radio	X	X	X	X	X
Vestuários e calçados				X	
Telecomunicações			X	X	

Fonte: UNCTAD (2010), adaptado de Araujo, Oliveira e Silva (2013)

2.3. A economia criativa como campo de estudo

Por mais que seja um novo campo de estudo e não exista uma definição definitiva do que seja a economia criativa, os esforços feitos desde a década de 90 para melhor compreender esta nova forma produção através da inovação nos leva a colocar a indústria criativa como cerne do que chamamos de “economia criativa” (UNCTAD, 2010).

As sociedades industriais, hoje, atribuem um maior valor a produtos e serviços que detêm atributos de novidade e inovação científica e tecnológica, sendo os direitos de propriedade intelectual um instrumento primordial para a acumulação de capital (UNCTAD, 2010).

Na teoria econômica podemos ver a importância dada à inovação como impulsionador do desenvolvimento e crescimento econômico, como exemplo da teoria schumpeteriana e a teoria evolucionista, porém não são capazes de compreender a influência dos aspectos culturais na inovação (MADEIRA, 2014). A ideia de ruptura e destruição criadora na teoria econômica tradicional estão ancoradas na materialidade da produção e de seus produtos, desconsiderando o valor do bem simbólico e intangível (MADEIRA, 2014). Ainda não é possível compreender as implicações teóricas-metodológicas da economia criativa para a teoria econômica, mas espera-se que ajude na evolução do pensamento econômico contemporâneo na capacidade de mensurar os valores dos bens intangíveis e simbólicos (MADEIRA, 2014).

Atenta a essa nova dinâmica da economia no século XXI a UNCTAD, em documento de 2010, coloca recomendações para que os estados nações deem a dimensão de importância necessária para a economia criativa como política de desenvolvimento, sendo elas:

- Conciliar políticas culturais nacionais com políticas comerciais e tecnológicas. (MADEIRA, 2014)
- Analisar e buscar soluções assimetrias que impedem o crescimento das indústrias criativas nos países em desenvolvimento. (MADEIRA, 2014)
- Reforça o nexos criativo entre investimento, tecnologia, empreendedorismo e comércio. (MADEIRA, 2014)
- Empreender políticas inovadoras com o fim de aprimorar a economia criativa para obter ganhos no desenvolvimento. (MADEIRA, 2014)

2.4. Economia criativa e educação

A New Media Consortium, consórcio internacional sem fins lucrativos e voltado a pesquisas sobre novas mídias e tecnologias, lançou em 2002 a Horizon Project, projeto voltado a pesquisas que envolvem educação e tecnologia, pesquisas as quais divulgadas quadrimestralmente no relatório “Horizon Report”. Batista (2015) apontam que este relatório

tem mostrado o futuro da educação se compete a uma forma híbrida entre ensino presencial e ensino a distância. A evolução das TICs principalmente no século vigente, têm aberto novas rotas para a construção e disseminação do conhecimento, conhecimento este que passa a ser construído não apenas pela academia, mas também pelos alunos (BATISTA, et al., 2015).

As novas tecnologias de comunicação confrontam com os tradicionais métodos de ensino, e exigem da criatividade de educadores e pedagogos para estabelecer uma forma de utilizar a tecnologia de forma positiva no ensino, inovando e ressignificando os ambientes de aprendizagem (BATISTA, et al., 2015).

Ensino a distância e criatividade tem sido um dos grandes objetos de discussão de educadores no século XXI, em uma sociedade onde o conhecimento é peça fundamental para o indivíduo e direito garantido pelos Estados, o EaD tem se tornado peça chave para universalizar o acesso ao ensino (BATISTA, et al., 2015). Um dos grandes desafios do EaD têm sido conciliar um ensino qualidade a grande a um grande contingente de pessoas que estão distantes, o que necessita da capacidade dos alunos de ser independentes na hora de construir o conhecimento, para isto educadores necessitam ser criativos para criar interfaces intuitivas e lúdicas capazes de guiar o estudante, porém não negligenciando a independência do estudante ao construir o seu saber (BATISTA, et al., 2015).

Desta forma, criatividade e inovação vêm sendo a grande parceria que vem se adequando as demandas contemporâneas da sociedade do conhecimento, criando novos caminhos para estudante e educadores, quebrando as barreiras da distância e aproximando o conhecimento de quem antes não poderia ter acesso.

CAPITULO III - EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA E AVAS

De acordo com Belloni (2009), educação a distância é o processo de ensino-aprendizagem nos quais professores e alunos estão separados, espacialmente e temporalmente, utilizando correspondência como meio de comunicação. Conceituado a educação à distância, podemos identificar ao longo da história diversas formas utilizadas para este tipo de ensino, como correspondências, revistas, almanaques, gravações e transmissões de áudio e vídeo, e mais recentemente, plataformas digitais.

As formas de ensino a distância colocados acima promovem a aprendizagem, porém não necessariamente constituem um ambiente de aprendizagem, segundo Costa e Oliveira (2004), ambientes de aprendizagem são espaços, físicos ou virtuais, os quais têm como objetivo principal promover a construção do conhecimento através da interação entre as partes. Assim podemos considerar salas de aulas, escolas, universidades, bibliotecas, ambientes virtuais como ambientes de aprendizagem.

No que tange ambientes virtuais, Santos (2002) generaliza todos os ambientes virtuais como ambientes de aprendizagem, já que é um espaço de interação entre indivíduos e objetos-técnicos potencializando a construção de conhecimento.

Neste sentido podemos afirmar que um ambiente virtual é um espaço fecundo de significação onde seres humanos e objetos técnicos interagem potencializando assim, a construção de conhecimentos, logo a aprendizagem. Então todo ambiente virtual é um ambiente de aprendizagem? Se entendermos aprendizagem como um processo sócio-técnico onde os sujeitos interagem na e pela cultura sendo esta um campo de luta, poder, diferença e significação, espaço para construção de saberes e conhecimento, então podemos afirmar que sim (SANTOS, 2002, p.02).

Ainda segundo Santos (2002), os processos criativos nos ambientes virtuais são potencializados, já que a informação se reproduz, circula e modifica em diferentes interfaces.

Os Ambientes Virtuais de Aprendizagem são classificados em três categorias para Okada e Barros (2010), sendo elas: instrucional, interativo e cooperativo. Os ambientes instrucionais são caracterizados pela pouca interação entre usuários, focado no conteúdo, sendo a participação do usuário praticamente individual. Os ambientes interativos têm como base a interação entre os usuários, o conteúdo é construído ao longo dos processos de discussões reflexivas e de opinião entre os usuários, e os ambientes cooperativos são

caracterizados pela interação entre os usuários a fim de realizar objetivos, solucionar e/ou descobrir problemas e construir pesquisas.

3.1. MOOCS são AVAs

Os MOOCs são AVAs, porém há especificidades que os diferenciam dos AVAs tradicionais, segundo Vieira e Simon (2014) os MOOCs são ambientes virtuais de aprendizagem que buscam massificar a oferta de conteúdos em rede para o acesso dos usuários.

Para Siemens (2014) os MOOCs acabam criando um protagonismo para os alunos na condução do ensino a partir do princípio da criticidade da criação, aonde os alunos abrem discussões acerca do tema de estudo, compartilhando conteúdos, conceitos e pontos de vista através destas plataformas.

Outras especificidades dos MOOCs apontada por Siemens (2014) é de que estes ambientes de aprendizagem, diferente dos AVAs tradicionais, são demandados para o preenchimento de lacunas no aprendizado de modo presencial, se inteirar de assuntos de interesse do aluno e troca de informações para uma melhor percepção de oportunidades quanto ao método de se obter conhecimento e da diversidade de pensamento.

Para Tavares (2014), os MOOCs se diferenciam em duas categorias distintas, a primeira é os CMOOCs (Connectivism MOOC) que se desenvolvem de maneira informal, independente e sem ligações com instituições de ensino tradicionais, a segunda categoria, os XMOOCs, é uma extensão dos modelos clássicos de ensino, ligada a instituições de ensino, coordenando o ensino por professores e centralizando o compartilhamento de conteúdo.

Segundo Siemens (2014) XMOOCs são ambientes de ensino mais relacionados a complementaridade de conteúdos em instituições de ensino, focado no uso de vídeos, exercícios e debates, sujeitos a moderação. Os CMOOCs têm como enfoque o compartilhamento de informações através de vídeos, áudios e textos. McAuley (2010) enfoca que os CMOOCs geram uma maior interação entre os usuários em volta dos objetos de interesse de estudo, com isso constituindo um ambiente mais informal.

Quadro 4 - Diferenças entre CMOOC e XMOOC

Diferença	CMOOC	XMOOC
Autonomia do Participante	Total: O participante tem que gerar e procurar informação externa (além do material disponível).	Parcial: O participante é conduzido pelo conteúdo do professor, mas também pode contribuir com conteúdo externos.
Conteúdo do Curso	Descentralizado: Enriquecido por conteúdos externos e pela partilha de informações entre os vários participantes.	Centralizado: Conteúdo principal fornecido pelo professor. Os participantes podem trocar ideias na própria plataforma do curso.
Professor	Direciona apenas algumas informações partilhadas pelos participantes.	Centralizado: Conteúdo principal fornecido pelo professor. Os participantes podem trocar ideias na própria plataforma do curso.

Fonte: GONÇALVES, 2013; BATISTA, 2015

Gonçalves (2013) coloca outra característica que distingue os CMOOCs dos XMOOCs, sendo ela a distinção entre “contexto de aprendizagem” e “conteúdos de aprendizagem”. Os contextos de aprendizagem consistem em um conjunto de circunstâncias que auxiliam o aluno a construir seu conhecimento, como o exemplo de uma estrutura tecnológica, sendo o contexto a área mais explorada por um CMOOC, enquanto os conteúdos são criados e compartilhados entre os alunos, nesta proposta se dá ênfase a interação entre os usuários da plataforma MOOC (GONÇALVES, 2013). Os XMOOCs dão mais ênfase aos conteúdos de aprendizagem, sendo estes conteúdos codificados e formalizados por profissionais da educação, utilizando os contextos de aprendizagem apenas para difundir os materiais como mostra o Quadro 4 (GONÇALVES, 2013).

3.2. Modelo de negócio de MOOC

Para Epelboin (2016) um projeto de MOOC requer a habilidade e tempo de diversas pessoas, aliando diferentes capacidades de trabalho, como suporte pedagógico, audiovisual, programação e design da plataforma, técnicos em informática, administradores, contadores, logística, planejamento estratégico e marketing. Com as necessidades requeridas para o desenvolvimento de um MOOC, geram-se custos de produção e circulação do produto o qual se desenvolve, o que traz a necessidade do projeto tenha fontes de financiamento. O capital

inicial do projeto deve partir da pessoa, instituição ou empresa que pretende colocar o projeto em prática, ou este capital é capitado de terceiros, sendo através empréstimo ou investidores.

A construção de um MOOC deve envolver motivação, engajamento e entusiasmo dos profissionais envolvidos no projeto, para que ao longo do tempo seja possível identificar demandas e proporcionar uma melhor experiência aos usuários. Estes pontos levam a uma redução de custos do projeto, acumulação de conhecimento organizacional dos profissionais envolvidos no projeto e uma maior capacidade de inovar no produto de educação online ofertado (EPELBOIN, 2016).

Os principais motivos para a elaboração do projeto de um MOOC, segundo Epelboin (2016), são para a capacitação de estudantes na entrada de uma universidade, viabilizar acesso aos conteúdos de uma instituição de ensino a estudantes estrangeiros, facilitar o compartilhamento e a construção de conhecimento e recrutar estudante para cursos pagos.

Existem provedores de MOOCs, plataformas destinadas a facilitar a criação de MOOCs, os quais dão todo suporte técnico, como programação e design gráfico, o que ajudam a colocar o projeto em prática. Porém também é possível que o projeto seja todo construído de forma independente, o que pode se tornar mais custoso (EPELBOIN, 2016).

Os modelos de negócios de MOOCs de maior sucesso e de reconhecimento internacional são a Coursera, EdX e a Udacity. As plataformas digitais Coursera e Edx têm como característica a distribuição de cursos construídos por terceiros, como instituições de ensino e de indivíduos, e são uma ótima alternativa para quem procura oferecer um curso e não detém capital para construir sua própria plataforma digital, pois oferece toda a estrutura para que seja possível colocar o curso online. O Udacity, além de distribuir cursos de terceiros e oferecer a estrutura para que os cursos sejam distribuídos, também constrói seus próprios cursos (EPELBONI, 2016).

A plataforma Coursera foi construída através do capital de investidores da área da inovação e universidades que disponibilizam cursos de forma gratuita neste sítio digital. Os cursos oferecidos são dos mais diversos níveis de certificação, passando entre matérias universitárias e cursos MOOCs de tópicos livres, onde para obter a certificação é necessário o pagamento de uma taxa, que varia entre dezenas a centenas de dólares (EPELBOIN, 2016).

A EdX é uma plataforma criada em parceria com as instituições de ensino Harvard, MIT e Bill and Melinda Gates Foundation. Mais de 50 instituições de ensino distribuem cursos nesta plataforma de ensino, porém diferente do Coursera, estas instituição necessitam

pagar para distribuir seus cursos. O certificado dos cursos oferecidos também precisa ser pagos como no Coursera, e os valores variam entre dezenas a centenas de dólares. Entretanto a EdX oferece cursos com certificações gratuitas, porém tais certificações não têm o mesmo peso das certificações pagas, podendo ser considerados apenas uma parabenização pela finalização do curso (EPELBOIN, 2016).

A Udacity, assim como a Coursera, nasceu do investimento de capitais privados, porém não têm vínculo com universidades e instituições de ensino formal. Os cursos da Udacity são voltados à capacitação de profissionais, sendo cursos desenvolvidos junto a empresas que queiram capacitar seus funcionários, assim como cursos para pessoas que queiram melhor se capacitar para o mercado de trabalho. Exemplos de empresas que utilizam esta plataforma para capacitar seus funcionários são a Google e o Facebook. A Udacity oferece nanocertificações, que são voltadas a certificar a capacitação de uma pessoa em um assunto muito específico (EPELBOIN, 2016).

A facilidade encontrada nos tempos atuais para se construir uma plataforma online que possa disponibilizar conteúdos faz com que seja possível disponibiliza cursos MOOC de forma independente, principalmente tratando-se de cursos CMOOC, que disponibilizam um aprendizado informal, como no caso da Udacity.

Neste contexto, o primeiro passo para a construção de uma plataforma digital MOOC é determinar a característica do conteúdo que será disponibilizado. Quanto à característica do conteúdo que será oferecido na plataforma MOOC, de acordo com Tavares (2014) podemos dividi-los em dois grupos, o primeiro diz respeito a conteúdos ligados as formas tradicionais de ensino, que se vinculam com a comunidade academia, o segundo, a conteúdos informais, sem vínculo com a academia.

Ambos podem ou não ter intenção de emitir certificados referentes aos cursos oferecidos. A determinação da característica do conteúdo oferecido irá elucidar qual tipo de MOOC em que se propõem construir, assim Tavares (2014) determina que as plataformas que disponibilizam conteúdos ligados as formas tradicionais de ensino acadêmico determinaram uma plataforma XMOOC, e as plataformas destinadas a conteúdos informais, sem vínculos com as formas tradicionais de ensino acadêmico se enquadram na classificação de CMOOC.

No caso dos cursos CMOOCs, por não serem cursos que se enquadram nas formas tradicionais de ensino, como no caso dos XMOOCs que são ligados a academia, eles têm

como características a ausência de pré-requisitos e de certificados e dão liberdade ao aluno guiar o seu ensino (CARVALHO, et. al., 2013).

A emissão de certificados ou de acesso aos conteúdos viés pagamento do aluno é uma das formas mais usadas para a manutenção financeira de um curso MOOC, já que manter uma plataforma desta tem custos, como salários, equipamentos, servidores de internet e etc. No caso de cursos MOOC de gratuito acesso e com ausência de certificados, a manutenção financeira necessita se dá por outras vias, como incentivos governamentais ou privados, ou divulgação de anúncios na plataforma online.

A manutenção financeira através de anúncios, para ser sustentável, é necessário o engajamento dos usuários para que haja acesso suficiente a plataforma para o retorno financeiro esperado, para Batista (2015) o engajamento dos usuários é resultado da criatividade e do entendimento da cultura digital por partes dos gestores do MOOC.

CAPITULO IV - ESTUDO DE CASO DO CIFRAS ONLINE

O Cifras Online começa em 1996, e foi desenvolvida na cidade de São Lourenço no Sul de Minas Gerais, neste momento a internet estava chegando à região e coincidiu com o momento que criador do site estava aprendendo a tocar violão. O acesso a cifras de músicas na época era exclusivamente feito através de revistas, mais conhecidas como “*songbooks*”, e para facilitar a organização e as leituras das cifras na hora da prática do instrumento, o criador do site transcrevia os materiais dos “*songbooks*” para o computador e imprimia e organizava em uma pasta.

4.1. História do Cifras Online

Ao acumular este material e seu computador, surgiu a ideia de disponibiliza-las em um web site para que pudesse ser visualizado por outras pessoas através da internet. De acordo com as repostas coletadas em um questionário aplicado à empresa Cifras Online, a ideia de disponibilizar cifras na internet surgiu pela identificação de uma demanda e pela intenção de criar um ambiente de compartilhamento entre músico e estudantes de música, e não se cogitava a possibilidade de pioneirismo na época.

“Eu criei o Cifras Online, no momento da minha vida que a internet estava chegando na minha cidade, em São Lourenço, no Sul de Minas, e coincidentemente, junto, eu tava aprendendo a tocar violão. Passei a digitar, copiar as cifra das revistas de cifras, que eram muito comuns na época, imprimia e colocava numa pastinha. Eu tinha uma pasta de cifra comum, né? Normal. E transportei isso pra internet, pra quem quisesse consumir.”
Criador do Cifras Online. (ESPECIAL, 2016)

O projeto do site foi feito todo através de recurso próprio e necessitou de conhecimento nas áreas de programação de site, conhecimento básico de cifras, gestão de conteúdo e gestão de empresa.

O site logo ganhou variou usuários que acessavam a plataforma para consumir as cifras disponibilizadas, e com o tempo também começaram a contribuir com conteúdos de cifras, aumentando a quantidade de material disponibilizado no site.

“... e pra mim foi uma grande surpresa! Que eu coloquei e realmente surgiram bastante usuários acessando as cifras, e com o tempo eles passaram a contribuir com as cifras... Criador do Cifras Online. (ESPECIAL, 2016)

Após dois anos da criação do Cifras Online um estudante de publicidade em Belo Horizonte, começou a tocar violão e teve conhecimento do site através da indicação de um amigo que utilizava o site para estudar seu instrumento.

“Conheci o Cifras Online com... um amigo de colégio. Ele já tocava e eu me interessava pelo que ele estava fazendo lá, e ele me deu a dica do Cifras Online. No site tava escrito duas informações que me chamaram a atenção, que era a quantidade visitas... era um site bastante acessado, eu acho que 2 mil pessoas todo dia já entravam no Cifras Online, e a data da última atualização... essa data me chamou a atenção porque faziam muitos meses. E aí eu entrei em contato...” CEO do Cifras Online. (ESPECIAL, 2016)

Após conhecer o site, o estudante de publicidade entrou em contato com o criador do Cifras Online onde firmaram uma parceria e continuaram a fazer a manutenção do site e alimentá-lo de conteúdo. Os dois continuaram trabalhando a distância e o site foi crescendo ao longo do tempo. Ao longo do crescimento o site enfrentou dificuldades padrões de uma empresa comum, o criador do site afirma que a maior dificuldade foi por ser “um negócio nativo digitalmente em meados dos anos 90, podemos destacar as dificuldades com relação a informações sobre a internet que ainda eram bem limitadas”.

Até então o Cifras Online não era remunerado e dependia apenas do interesse e da vontade das pessoas engajadas para mantê-lo online. Durante alguns anos houve mudanças de layout da página e o surgimento de novas ferramentas, como o fórum do Cifras Online, espaço destinado à discussão entre músicos e simpatizantes.

O crescimento do site abriu portas para a empresa, que acabou fechando uma parceria com o portal Terra, que ofereceu suporte técnico e incluiu o site na rede de publicidades do Terra, de onde surgiu a primeira fonte de renda do site.

No ano de 2000 foi criada a Stúdio Sal, empresa destinada a cuidar do Cifras Online e de outros dois sites que foram desenvolvidos pelos mesmo criadores do Cifras Online, o Letras e o Palco MP3. O Letras foi um site destinada a publicação de letras de músicas, nacionais e internacionais, e também disponibilizava a tradução de músicas internacionais, playlists e rádios online. O Palco MP3 é um site destinado a divulgação de músicos independentes, sendo que a plataforma permite que os artistas publiquem seus trabalhos para que os usuários possam consumir.

Em 2003 foi montada a primeira sede da empresa, em Belo Horizonte, onde foi contratada uma equipe para ajudar na gestão da empresa, que até então era toda gerida de casa.

“E ai a gente decidiu que era a hora de ter uma sede, de ter funcionários que nos ajudassem...” CEO do Cifras Online. (ESPECIAL, 2016)

“A gente conseguiu comprar uma salinha pequena, colocamos algumas pessoas para trabalhar com a gente...” Criador do Cifras Online (ESPECIAL, 2016)

O site foi crescendo ao longo do tempo, até que em 2008 foi publicada a primeira vídeo-aula na plataforma Youtube. O primeiro instrutor de vídeo-aula foi um funcionário, que era estagiário de design gráfico e trabalha também na parte de moderação de cifras.

“Quando eu entrei aqui na Stúdio Sol, eu era o estagiário de design gráfico e trabalhava na are de moderação, e como eu tinha uma experiência com bandas e já tinha trabalhado em lojas de música, é, tocava meu violãozinho dentro de casa, pintou a oportunidade de iniciar esse trabalho de produção de vídeo-aulas...” Funcionário do Cifras Online. (CARPOOL, 2018)

Em 2010, com o sucesso das video-aulas, foi criado o estúdio do Cifras Online destinada a criação de conteúdos de áudio e vídeo para o Youtube, tendo como carro chefe a produção das vídeo-aulas.

Desde então, o Cifras Online continua crescendo a cada dia, acumulando 469 mil cifras, 9 milhões de acessos mensais, 34 milhões de usuários cadastrados no site, mais de 4 mil video-aulas e mais 1 bilhão de visualizações no Youtube. O site não atinge apenas ao público brasileiro e tem grande volume de acessos vindo do México, Argentina, Chile e Estados Unidos.

4.2. Cifras Online: estrutura do site, conteúdos e ferramentas

O Cifras Online é um site dividido em 5 plataformas online, sendo cada uma possuindo seus próprios endereços na internet. As plataformas do Cifras Online são distribuídas entre: Cifras Online; fórum do Cifras Online; forme sua banda; Cifras Online news; e canal no Youtube. O Cifras Online é a principal plataforma onde são disponibilizadas as cifras, tutoriais e apostilas de música. A barra superior do site apresenta as opções:

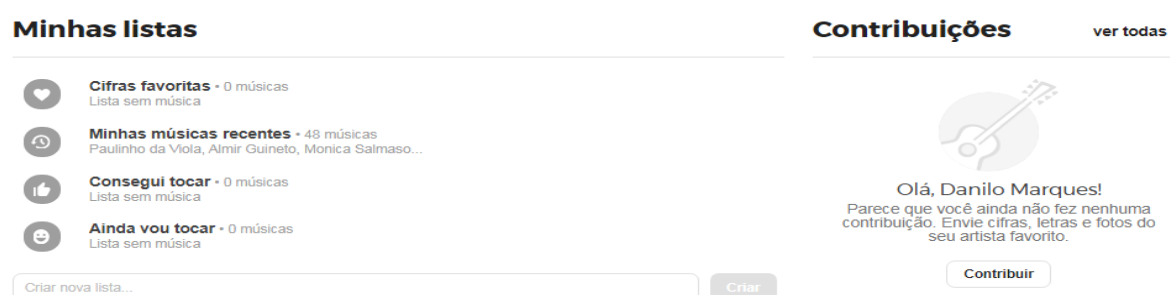
Figura 2 - Barra superior do site Cifras Online



Fonte: Cifras Online

- Barra de pesquisa: destinada a pesquisar conteúdo dentro site
- Listas: área destinada ao usuário organizar conteúdos, como organizar listas de cifras, acesso às cifras recentemente acessadas, listas de músicas a serem estudadas, listas de músicas as quais o usuário aprendeu a tocar e por fim as contribuições de cifras enviadas pelo usuário

Figura 3 - Área destinada a organização de lista pelo usuário

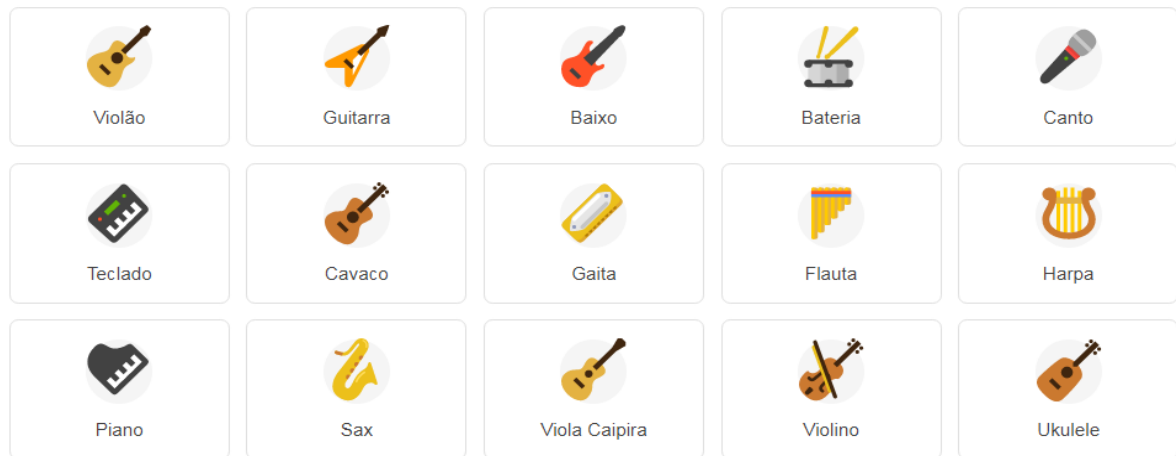


Fonte: Cifras Online

- Aprenda: área destinada ao usuário que deseja aprender ou se aperfeiçoar em um instrumento, onde acessando está área do site a pessoas é destinada a uma página onde se têm links com lições específicas para cada instrumento, sendo os instrumentos disponíveis: violão, guitarra, baixo, bateria, canto, teclado, cavaco, gaita, flauta, harpa, piano, sax, viola caipira, violino e ukulele.

Figura 4 - Área aprenda do Cifras Online

Aprenda



Fonte: Cifras Online

- Enviar cifras: nesta área o usuário pode contribuir com site disponibilizando cifras.

Figura 5 - Área destinada a enviar cifras ou tablaturas

Envie sua cifra ou tablatura

Selecione o tipo de transcrição que deseja enviar e preencha os nomes do artista e da música abaixo. Veja nossas [Regras para publicação de cifras, tablaturas e outras transcrições.](#)

Estou enviando

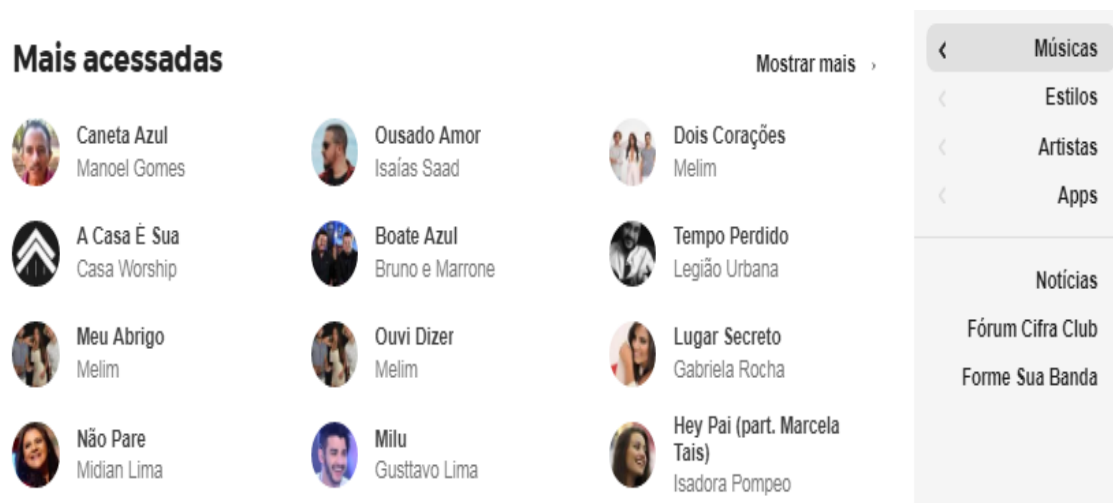
Artista

Música

Fonte: Cifras Online

- Mais: nesta opção é possível fazer pesquisas por cifras de forma personalizada, por estilo ou artista, ter acesso as música mais acessadas do site, acesso ao download dos aplicativos que o site disponibiliza e links que direcionam para as outras plataformas do Cifras Online.

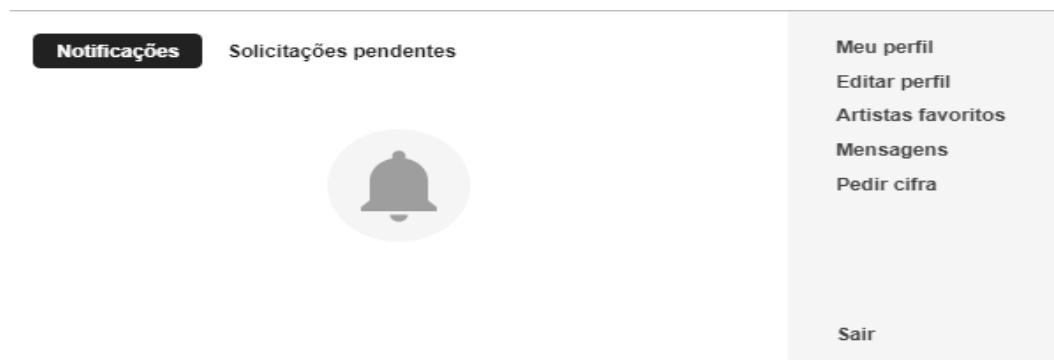
Figura 6 - Opção “mais” da página do Cifras Online



Fonte: Cifras Online

- **Usuário:** a área do usuário tem opções do perfil do usuário, caixa de mensagens, notificações, favoritos e a opção de pedir cifras ao site.

Figura 7 - Área do usuário no Cifras Online



Fonte: Cifras Online.

A página inicial do site é composta dos conteúdos de destaques, como artistas e músicas mais acessada, tutoriais e apostilas mais baixadas, link para vídeos mais recentes e uma sessão com professores de músicas cadastrados onde é possível o usuário encontrar um professor de música em sua cidade para ter aulas presenciais.
















4.3. Fórum do Cifras Online

O Fórum do Cifras Online é um espaço destinado à discussão dos usuários do Cifras Online. A visualização das discussões é livre para qualquer pessoa que acessar o site, porém para abrir novas discussões ou participar de alguma discussão já existente é necessário ser cadastrado no Cifras Online. As discussões são organizadas em tópicos, sendo cada tópico específico para cada instrumento, estilo musical, equipamentos, assim como tópicos gerais sobre música. As mensagens deixadas pelos usuários nos tópicos de discussões são moderadas de acordo com as regras de convivência, regras estas disponíveis no site.

Figura 8 - Fórum do Cifras Online

Nome ou apelido: Senha

[Registre-se >](#)

Fórum	Tópicos	Respostas
 Música em Geral Venha comentar sobre as suas bandas, artistas e instrumentistas favoritos e conhecer novidades!	25220	688720
 Guitarra Troca de dicas e exercícios para guitarra	93442	1932011
 Violão Troca de dicas e informações sobre violão	15666	167557
 Pedais & Pedaleiras Troca de dicas de configurações e patches	26830	345683
 Amplificadores Troca de idéias e experiências sobre amplificadores, modelos, potência...	16153	224219
 Contra-Baixo Troca de idéias e dicas sobre contra-baixo	14213	181365
 Teclado e Piano Troca de partituras, dicas e contato entre tecladistas	18927	264852
 Bateria Troca de idéias, dicas e exercícios entre bateristas	5431	53729
 Canto Troca de informações e dicas sobre canto	8146	125146
 Gaita Fórum dos gaitistas	1444	8028
 Sax Saxofone e outros metais	529	3800
 Música Erudita Discussão sobre instrumentos, composição, artistas e troca de dicas sobre música erudita	1813	22885
 Gravação e Home Studio Gravação, Masterização, Mixagem e tudo mais para você fazer sua música!	10623	96980
 Guitar Battle Fórum dos combatentes do GuitarBattle.com.br	909	10516
 Divulgue suas músicas Utilize este fórum para divulgar suas músicas	6535	64819

Fonte: Cifras Online

A página inicial é composta por uma barra de pesquisa, os tópicos de discussões e os debates mais recentes que aconteceram na plataforma.

4.4. Forme sua Banda

O Cifras Online destina um endereço online específico para quem procura formar uma banda ou para bandas que procuram músicos, este site é o “Forme Sua Banda”. Nele é possível anunciar seu trabalho para que bandas que necessitam de músicos te achem, assim como formar uma banda do zero. Nele é possível procurar por bandas ou músicos em cidades, estado ou instrumentos específicos.

Figura 9 - Barra superior da página Forme Sua Banda

Fonte: Cifras Online

4.5. Cifras Online News

O Cifras Online News é destinado a notícias do mundo da música, divulgar novidades sobre o Cifras Online, dicas sobre o estudo da música, review de álbuns de música lançados e cobertura de shows.

Figura 10 - Página inicial do Cifras Online News

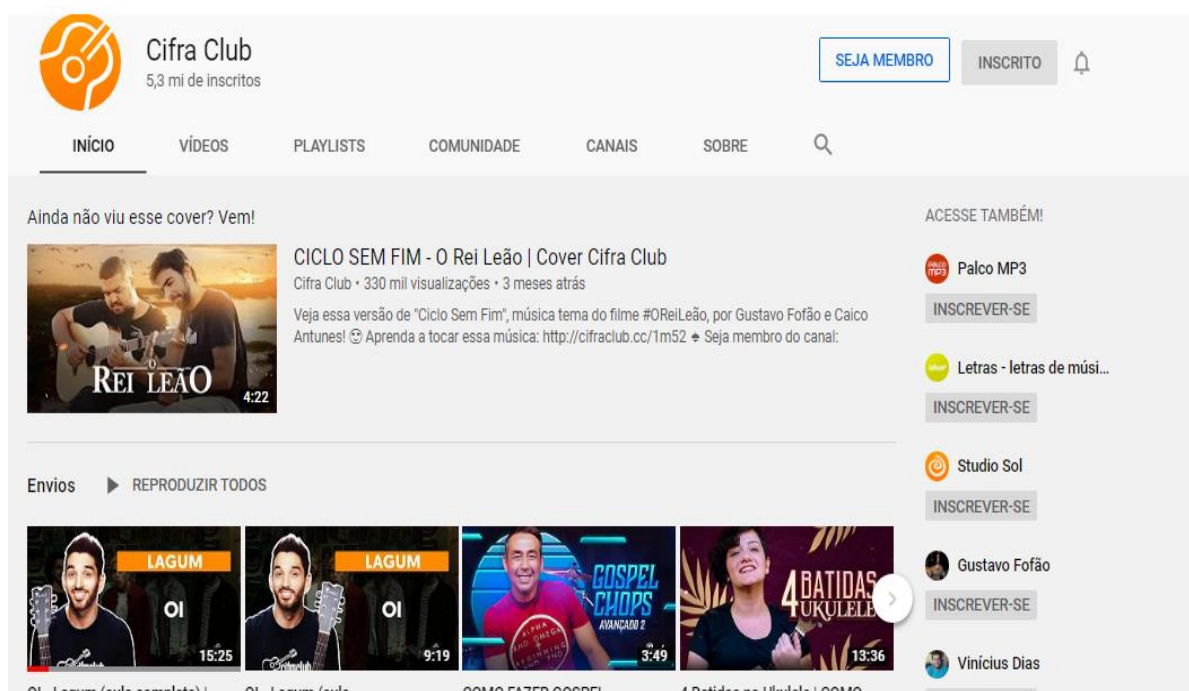


Fonte: Cifras Online

4.6. Canal no Youtube

O canal do Cifras Online no Youtube é usado como ferramenta de publicação de vídeo-aulas. O canal acumula mais de 4 mil vídeo-aulas, 5 mil inscritos e mais de 1 bilhão de visualizações.

Figura 11 - Página inicial do canal no Youtube



Fonte: Cifras Online

4.7. Aplicativos

Além das páginas online e do canal no Youtube, o Cifras Online também disponibiliza aplicativos para celular onde é possível ter acesso aos conteúdos da plataforma online. Ao todo são 4 aplicativos, sendo eles:

Cifras Online: neste aplicativo é possível ter acessos as cifras disponíveis no site oficial assim como as vídeo-aulas disponíveis no canal no Youtube.

Afinador: aplicativo que possibilita afinar instrumentos de corda através do microfone do celular.

Metrônomo: através deste aplicativo o usuário consegue construir guias rítmicas com marcação de compasso nos mais variados andamentos, facilitando o estudo de música.

Dicionário de acordes: este aplicativo destina-se a auxiliar o usuário a encontrar a nomenclatura de acordes através do posicionamento dos dedos no braço do instrumento, assim como encontrar o posicionamento dos dedos no braço do violão através da nomenclatura de acordes.

Figura 12 - Aplicativos do Cifras Online.



Fonte: Cifras Online

4.8. Cifras Online: uma empresa criativa

O aprendizado musical sempre dependeu muito da independência do aluno na hora de assimilar o conteúdo, mesmo com os tradicionais ambientes de aprendizagem de música (escolas de música e conservatórios), grande parte dos músicos do século passado aprendeu a tocar seus instrumentos observando outros músicos ou através de apostilas e livros impressos. A popularização da internet e dos microcomputadores no século XXI abriu espaço para que estes modelos de aprendizado da música se transformassem, não apenas pela possibilidade do ensino a distância e da disponibilização digital de apostilas e livros, mas também pela experiência que materiais audiovisuais podem proporcionar, gerando aprendizado pela observação sem a necessidade de estar no mesmo ambiente físico que a outra pessoa.

Estas possibilidades que a internet proporciona ao ensino da música foram exploradas de forma pioneira pelo Cifras Online. O fundador do Cifras Online, ao utilizar seu computador para organizar cifras para o estudo do violão, percebeu a possibilidade de

disponibiliza online, e não apenas isto, mas criar uma rede de compartilhamento de cifras entre músicos. Segundo questionário aplicado à empresa, a ideia surge da identificação de uma demanda, sendo esta demanda a necessidade de um ambiente onde músicos pudessem compartilhar conteúdos, experiências e fazer contatos.

A solução criativa para suprir esta demanda surge em 1996 com a criação do site Cifras Online. Segundo o relatório da UNCTAD (2010) a criatividade se divide em 3 categorias, que por mais sejam de natureza distintas se relacionam entre si, sendo elas as criatividades artísticas, científicas e econômicas, que por fim podem desembocar ou não na criatividade tecnológica. O Cifras Online com certeza se configura como um ferramenta tecnológica criativa, porém é importante fixar os processos criativos que antecedem esta ferramenta, sendo eles a criatividade artísticas (a capacidade de interpretar o mundo de novas formas, através de textos, áudios, imagens e símbolos) impulsionada pela música, e a criatividade científica (capacidade de experimentar e buscar novas soluções para problemas) impulsionada pela experiência acadêmica do criador do site, o qual é formado em engenharia. A criatividade econômica não esteve presente no momento de fundação desta plataforma, segundo respostas do questionário aplicado à empresa, não se teve a intenção, em um primeiro momento, de transformar o site em um negócio e assim usufruir de ganhos monetários.

Os conhecimentos necessários para a criação do site segundo a empresa foram programação de sites, conhecimento básico de cifras e gestão de conteúdo, sem os quais não seria possível colocar o site online. Isto demonstra a importância do conhecimento para a inovação neste novo paradigma tecnológico da TICs, sendo a inovação o grande impulsionador do desenvolvimento econômico.

Por não partir de um objetivo econômico a viabilidade econômica do site surge ao acaso, quando com grande número de usuários, o site desperta o interesse do portal Terra em colocar a plataforma e seu servidor. Uma vez que o Cifras Online começou a fazer parte do servidor Terra, o site também começou a fazer parte da rede anúncios do servidor, o que mostrou a possibilidade de rentabilizar e viabilizar economicamente a plataforma através de anúncios e propagandas nas páginas do site. Dada a possibilidade de auferir renda através do Cifras Online, então é fundada a empresa Studio Sal para gerenciar o site.

As soluções criativas do Cifras Online não se restringem aos conteúdos de cifras compartilhados no site, mas de vários outros conteúdos que surgem após a viabilidade econômica da plataforma, como o Fórum do Cifras Online (plataforma que permite que

músicos criem discussões e compartilhem conteúdos), canal no Youtube (onde se fornecida vídeo-aulas de música), Forme Sua Banda (plataforma destinada a conectar músicos), e os aplicativos para celular.

De acordo com a UNCTAD (2010) indústria criativa são atividades que são compostas de fundamento artístico, econômico e que produz serviços ou produtos que dependem da propriedade intelectual, neste contexto podemos dizer que o Cifras Online se encaixa na classificação de indústria criativa da UNCTAD, já que seus produtos e serviços são compostos de fundamento artístico e econômico, e tem a propriedade intelectual garantia para usufruir rendimentos econômicos, como a propriedade da marca, dos domínios do site, dos direitos de imagens das vídeo-aulas no Youtube, e direitos de distribuição dos aplicativos.

Segundo a UNCTAD (2010) são características importantes de atividade econômica criativa a criatividade e o capital humano como insumos primários da produção e da distribuição, a geração de receita através dos direitos de propriedade intelectual através do conhecimento e das artes, a produção de produtos tangíveis ou intangíveis, e serviços intelectuais que obtém criatividade, valor econômico e objetivo de mercado e a mistura de atividades dos setores artísticos, de serviços e industriais. O Cifras Online apresenta todas a características colocadas anteriormente, sendo o capital humano aliado da criatividade elementos fundamentais da composição de seus produtos, produtos os quais possuem valor econômico e objetivo de mercado misturando os setores artísticos e de serviços.

É difícil definir o Cifras Online nas categorias de atividades criativas, as quais são divididas entre atividades “*upstream*” e “*downstream*”, já que a plataforma acaba apresentando aspectos que sem enquadram em ambas definições, pois além de apresentar produtos tradicionais da cultura como a música e conteúdos audiovisuais, também apresenta atividades ligadas ao mercado, como a mídia, publicidade, design e serviços criativos. Entretanto as atividades econômicas criativas acabam tendo um vasto escopo, criando interação entre diversos setores econômicos criativos (UNCTAD 2010).

O Quadro 1 (visto na p. 17), mostra os grupos da UNCTAD os quais o Cifras Online se encaixa, aliadas das atividades exercidas pela empresa que são reconhecidas pelo CNAE 2.3.

No grupo das mídias encontramos:

- “Atividade de gravação de som e de edição de música”, atividade reconhecida pelo código 5920-1/00, este item contempla a gravação de áudio e composição original em qualquer suporte para reprodução em qualquer suporte.

No grupo das criações funcionais encontramos 4 atividades exercidas pelo Cifras Online reconhecida na classificação da CNAE, sendo elas:

- “Outras atividades de prestação de serviços de informação não especificadas anteriormente”, atividade reconhecida pela CNAE pelo código 6399-4/00, que contempla atividades de prestação de serviços de informação não especificada anteriormente.
- “Outras atividades de publicidade não especificadas anteriormente”, atividade reconhecida pelo código 7319-0/99, que contempla atividades relacionada a reprodução de anúncios e propagandas em área não especificada.
- “Tratamento de dados, provedores de serviços de aplicação e serviços de hospedagem na internet”, atividade reconhecida pelo código 63.11-9/00, e contempla atividades de hospedagem de páginas da internet (webhosting), atividades de tratamento de dados a partir dos dados fornecidos pelos clientes, e gestão de bancos de dados de terceiros, permitindo a produção de listagens, de tabulações e a realização de consultas.
- “Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet”, atividade reconhecida pelo código 6319-4/00, que contempla atividades de operação de portais na internet coma atualizações periódicas.

A atividade econômica principal reconhecida pela empresa em seu registro é o item “outras atividades de publicidade não especificada anteriormente”, o que é explicado pelo fato da única forma de manutenção econômica da empresa ocorrer através de publicidades e anúncios. As demais atividades econômicas reconhecidas pela empresa são colocadas como secundárias.

Podemos observar que as classificações de ensino da música e de curso online ou à distância não são reconhecidas como atividades econômicas pela empresa, no entanto, observando as atividades da empresa, ambas categorias poderiam se usadas para classificar as atividades da empresa, sendo elas:

- No grupo das artes, o “ensino da música”, atividade tradicional da cultura, reconhecido pelo CNAE pelo código 8592-5/00.

- No grupo das mídias encontramos a “atividade econômica de curso de aprendizagem e treinamento gerencial à distância”, reconhecida pelo código 6319-4/00, este item da CNAE contempla cursos à distância de qualquer natureza, exceto cursos de nível médio, técnico e superior.

4.9. Cifras Online: um típico CMOOC

Vieira e Simon (2014) colocam que os MOOCs são ambientes virtuais onde os conteúdos de ensino são colocados de forma massiva em uma plataforma online, para o acesso de seus usuários, sendo que esta é uma das características principais do Cifras Online, onde são possíveis de encontrar centenas de milhares de cifras, milhares de vídeos-aulas e centenas de apostilas e tutoriais. Não apenas estas características fazem do Cifras Online uma plataforma de ensino massivo, o acesso a plataforma também precisa ser massivo, por mais que a quantidade de acessos seja ainda algo questionada, como colocado em entrevista¹ pelo professor do departamento de engenharia de conhecimento da UFSC, Dr^o Marcio Vieira, os 9 milhões de acessos mensais do Cifras Online não colocam dúvida de que se trata de uma plataforma MOOC.

Outra característica dos MOOCs, segundo Siemens (2014), é o protagonismo dado aos usuários na criação e formação do conhecimento, sendo que este é um dos aspectos importante do Cifras Online, onde grande parte do conteúdo de cifras, apostilas e dos fóruns são construídos pelos usuários.

No Cifras Online os usuários detêm autonomia na hora de absorve o conhecimento, podendo delinear a forma como irá aprender, sendo necessário preencher lacunas com conhecimentos externos da plataforma, já que o site não propõe uma forma de ensino formal. Esta especificidade da plataforma é devido ao fato do site não está ligado a academia, onde os conteúdos oferecidos têm um caráter de oferecer uma capacitação aos usuários, não se preocupando em formar ou diplomar o estudante. O Dr. Marcio Vieira coloca esta informalidade do Cifras Online diante do ensino como característica de um CMOOC, segundo ele os conteúdos disponibilizados por um CMOOC podem ser chamados de

¹ Disponível em: < <https://soundcloud.com/danilo-marques-3/entrevista-prof-e-dr-marcio-vieira>> Acesso em nov. 2019.

“conhecimentos uteis para ação”, onde se usa uma linguagem prática, voltando o ensino ao aprendizado técnico e não se preocupando em diplomar o aluno.

O CMOOC ou *Conectivismo* MOOC, segundo Carvalho et al, (2013), não exigem pré-requisitos do usuário para acessar os conteúdos, sendo esta outra característica encontrada no Cifras Online, podendo o usuário acessar livremente os conteúdos dos mais diversos níveis de dificuldade. Este nível elevado de autonomia dada ao usuário exige que o estudante seja crítico na hora de escolher os conteúdos para o estudo. Segundo Gonçalves (2013), descentralização dos conteúdos ofertados, e o direcionamento apenas de parte dos conteúdos por parte do curso é outra característica de CMOOC, sendo estas características visível no Cifras Online.

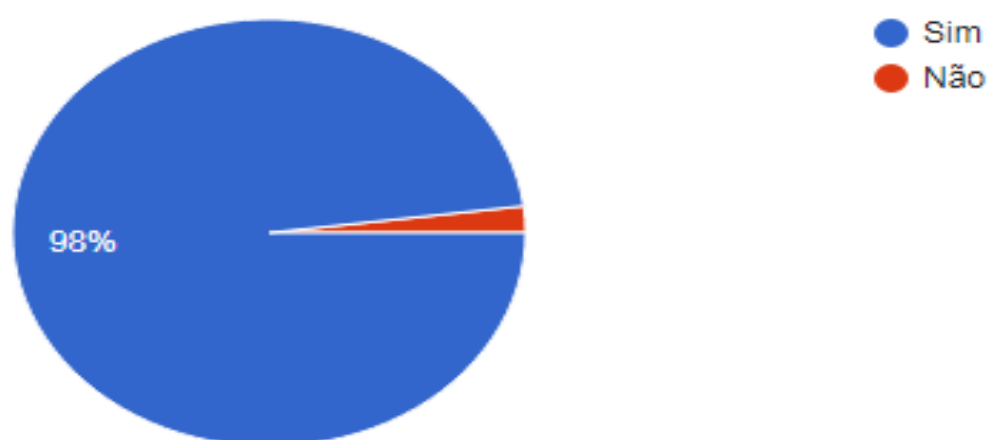
A ênfase na plataforma como forma de distribuição de conteúdo compartilhado pelos usuários, focando na interação entre os alunos é uma característica dos CMOOCs de acordo com Gonçalves (2013), estas características são um dos fundamentos do Cifras Online como colocado nas respostas do questionário aplicado a empresa.

CAPITULO V - ANÁLISE DE USABILIDADE E IMPACTO SOCIOECONÔMICO DO CIFRAS ONLINE

A pesquisa de análise de usabilidade e impacto socioeconômico do Cifras Online contou com a participação de 50 músicos da região de Florianópolis, os quais foram escolhidos de forma aleatória, onde o único requisito necessário para preencher o questionário era tocar algum instrumento ou cantar. A pesquisa teve como intenção uma.

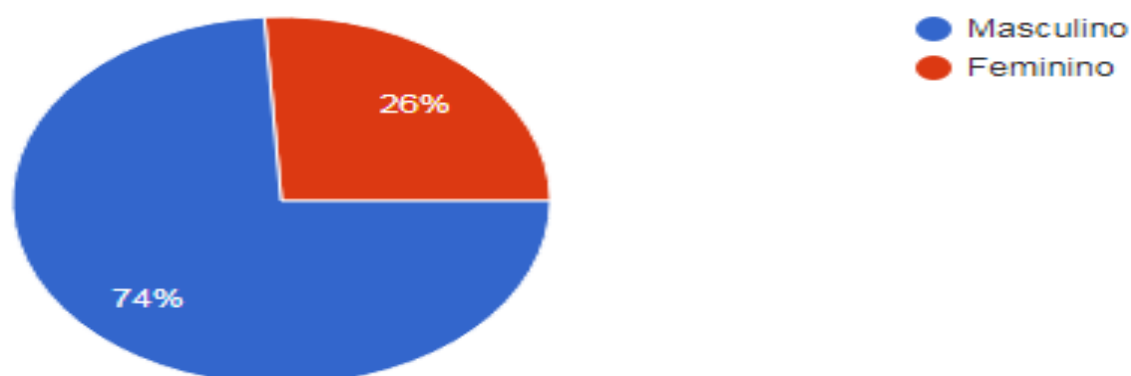
5.1. Tocar algum instrumento ou cantar: entrevistas e análise qualitativa

Gráfico 1 – Porcentagem dos entrevistados que já utilizaram, ou não, o site Cifras Online?



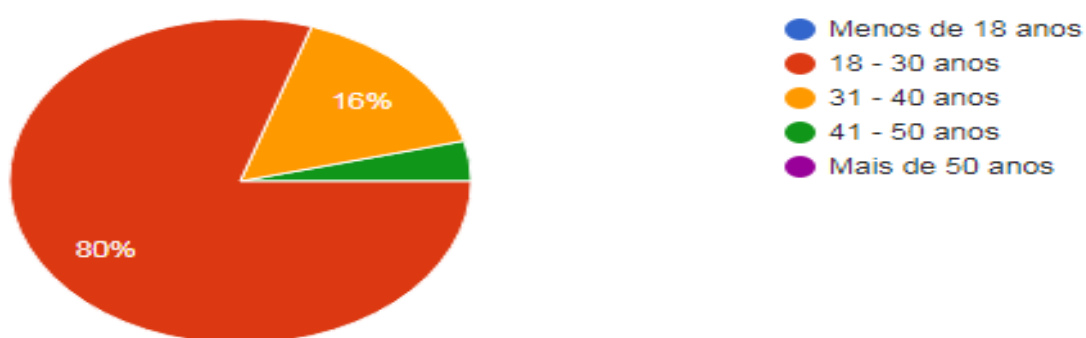
Fonte: Elaboração própria

A pesquisa demonstrou que o Cifras Online é usado de forma quase unânime pelos músicos entrevistados, sendo que apenas uma pessoa nunca utilizou o site.

Gráfico 2 – Porcentagem de pessoas do sexo masculino e feminino na amostra

Fonte: Elaboração própria

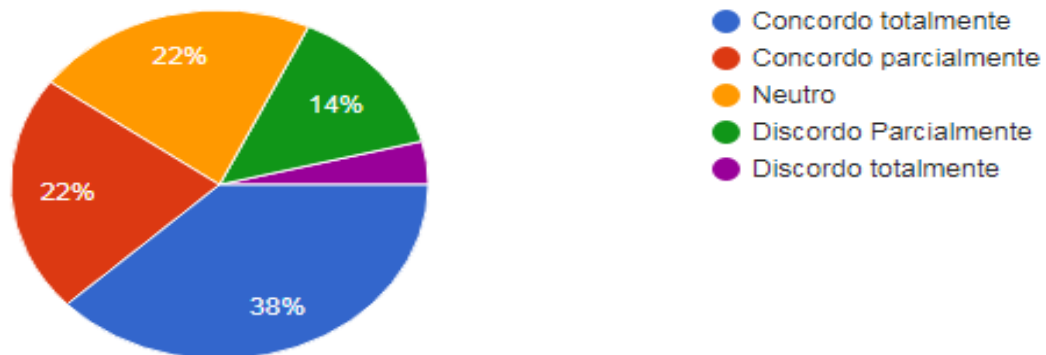
A amostra foi composta majoritariamente por pessoas do sexo masculino, sendo estes 74% da amostra, enquanto 26% da amostra é do sexo feminino. A faixa etária da amostra é composta em sua maioria de pessoas entre os 18 aos 30 anos de idade, configurando 80% da amostra, 16% dos entrevistados estão entre os 31 aos 40 anos de idade, e apenas 4% tem idade entre os 41 aos 40 anos.

Gráfico 3 – Porcentagem das faixas etárias da amostra

Fonte: Elaboração própria

De acordo com os dados levantados, 60% dos entrevistados concordam que utilizam a plataforma com frequência, sendo 38% concordando totalmente e 22% concordando parcialmente que utilizam o site com frequência. Apenas 18% da amostra não concordam que usam o Cifras Online com frequência.

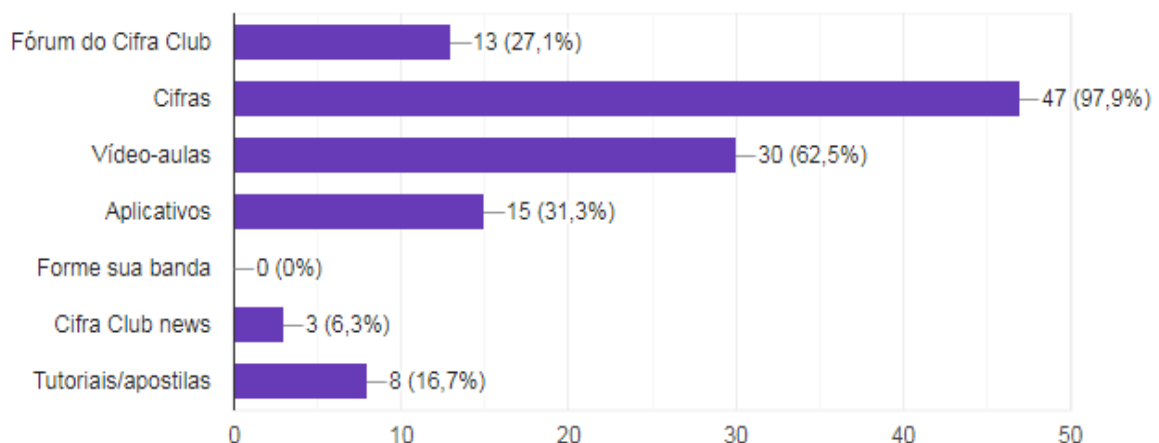
Gráfico 4 – Porcentagem dos que concordam, ou não, que utilizam o Cifras Online com frequência.



Fonte: Elaboração própria

Dos conteúdos que já foram acessados em algum momento pelos entrevistados, as cifras se mostram quase unânimes na procura, sendo que 97,9% dos entrevistados já acessaram em algum momento, seguido das vídeo-aulas que já foram acessadas por 62,5% dos entrevistados, os aplicativos já foram acessados por 31,3% da amostra, e em seguida vem o fórum que foi já foi utilizado por 27,1 da amostra.

Gráfico 5 – Conteúdos que já foram acessados pelos entrevistados.

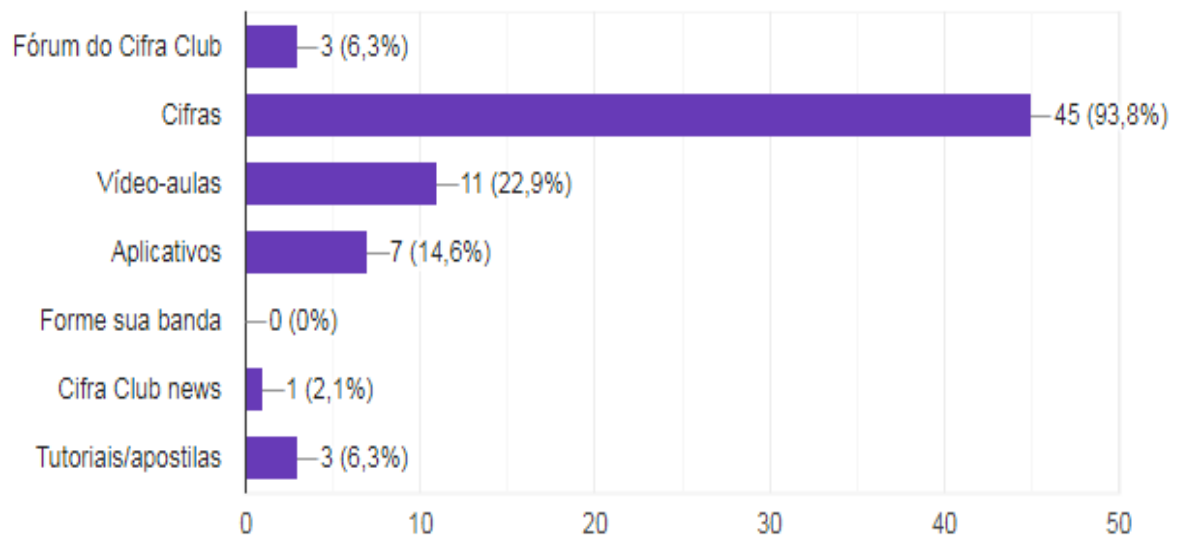


Fonte: Elaboração própria

Quanto aos conteúdos acessados com mais frequência, 93,8% dos entrevistados disseram que acessam com mais frequência às cifras seguido das vídeo-aulas, acessadas com frequência por 22,9% da amostra, e os aplicativos que são utilizado com frequência por 14,6%

da amostra. Podemos concluir que as cifras e as vídeo-aulas são os conteúdos mais relevantes para os participantes das pesquisas.

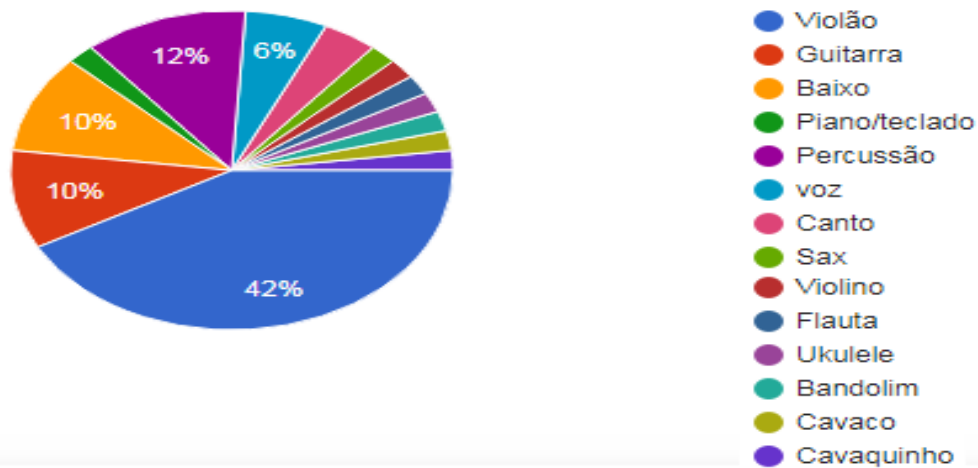
Gráfico 6 – Conteúdos acessados com mais frequência pelos entrevistados



Fonte: Elaboração própria

Entre os instrumentos utilizados pelos indivíduos da amostra, os mais utilizados são os instrumentos harmônicos e melódicos, o que explica a preferência pelos conteúdos de cifras, já que as cifras auxiliam no aprendizado de música especificamente para estes instrumentos. O violão é o instrumento mais escolhido e contempla 42% das escolhas da amostra, seguidos da percussão com 12%, e guitarra e baixo ambos com 10%.

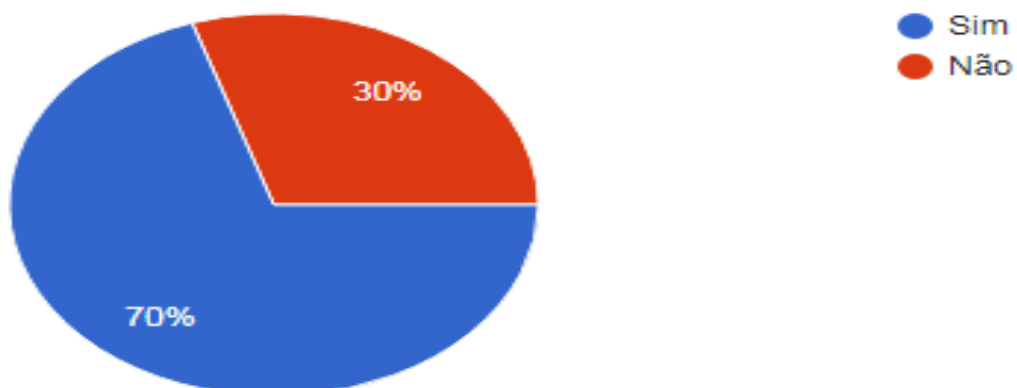
Gráfico 7 – Porcentagem dos instrumentos tocados pelos usuários



Fonte: Elaboração própria

Dos entrevistados, 70% já participaram de cursos presenciais de música enquanto 30% não. Um dado relevante é que 28,6% dos que já participaram de curso presencial se dizem em um nível avançado no instrumento, enquanto apenas 6,6% dos que não participaram de cursos presenciais de músicas se dizem um nível avançado. Estes dados revelam a importância do ensino formal da música na formação do estudante, assim como também revela a limitação pedagógicas das plataformas MOOCs, sendo usadas como ferramentas auxiliares ao ensino tradicional.

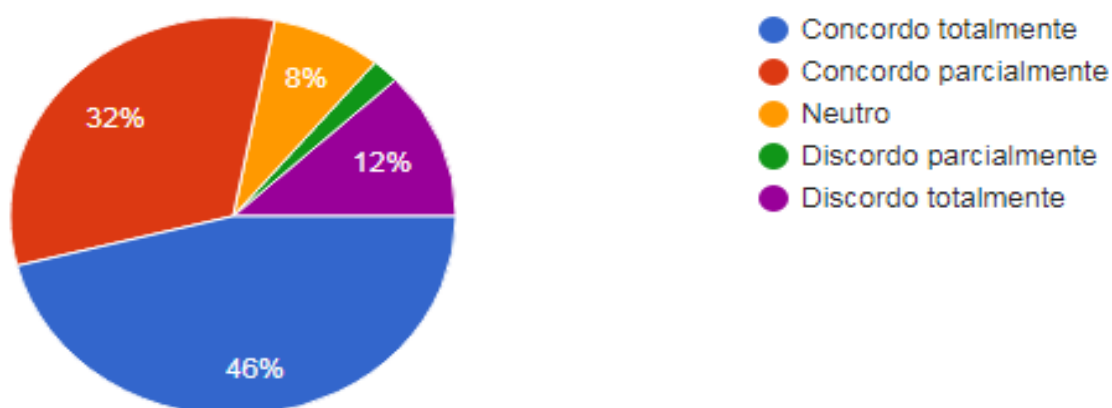
Gráfico 8 – Porcentagem dos entrevistados que já participaram ou não de cursos presenciais de música.



Fonte: Elaboração própria

Mesmo diante das dificuldades que o Cifras Online apresenta em oferecer um ensino mais aprofundado sobre a música, a pesquisa revela que ele é uma ótima ferramenta para inicialização na música, pois 78% da amostra concordam em algum grau que o site contribuiu para a inicialização no instrumento musical.

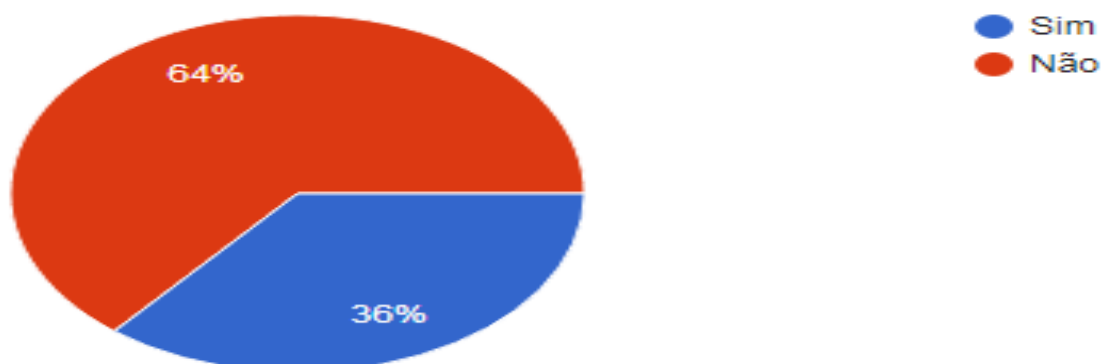
Gráfico 9 - Porcentagem dos entrevistados que concordam, ou não, que o Cifras Online contribuiu para suas inicializações no instrumento musical



Fonte: Elaboração própria.

Dos entrevistados, 36% se consideram músicos profissionais, sendo que dentro deste grupo de profissionais, 33,3% não participaram de cursos presenciais de músicas, o que mostra que o Cifras Online é capaz de capacitar profissionais para o mercado de trabalho mesmo diante das limitações de ensino. Outro fato levantado pela pesquisa que evidencia a utilização do Cifras Online como ferramenta de capacitação profissional, é que dentre o grupo de músicos profissionais, 66% dos entrevistados concordam em algum grau que o site é relevante para suas vidas profissionais.

Gráfico 10 - Porcentagem dos entrevistados que se consideram, ou não, músicos profissionais

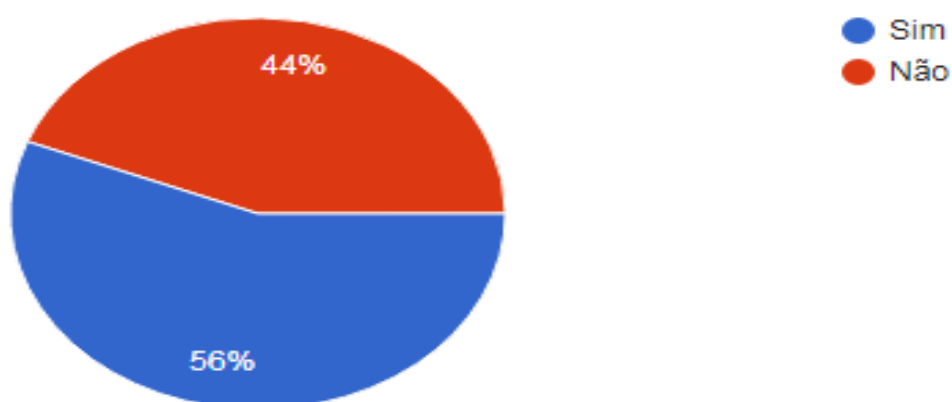


Fonte: Elaboração própria

Ainda entre o grupo de músicos profissionais, 77,7% dos entrevistados concordam em algum grau que os conteúdos disponibilizados pelo Cifras Online contribuíram para a inicialização no instrumento. Este dado reforça a importância da plataforma para inicialização na música, dando possibilidade de uma posterior profissionalização como músico.

A pesquisa também revela o nível de informalidade do trabalho de músico, sendo que dos 18 entrevistados que se consideram músicos profissionais, apenas 2 possuem carteira assinada, sendo que os outros 16 trabalham na informalidade.

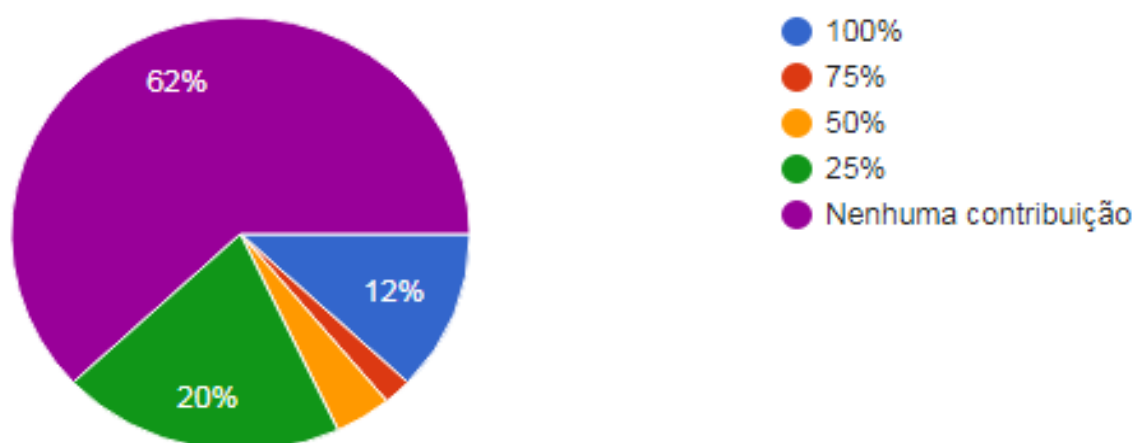
Gráfico 11 – Porcentagem de entrevistados que possuem, ou não, carteira assinada



Fonte: Elaboração própria

Mesmo com apenas 36% dos entrevistados se considerando músico profissional, 56% da amostra já obtiveram renda através da música em algum momento, sendo que deste grupo que já obteve renda através de trabalhos com música, 38% obtiveram renda no mês que antecedeu a pesquisa. Do grupo que obteve renda no mês de setembro, 31,5% obtiveram renda de forma integral através da música, enquanto os outros 68,5% da amostra obtiveram renda através da música de forma complementar.

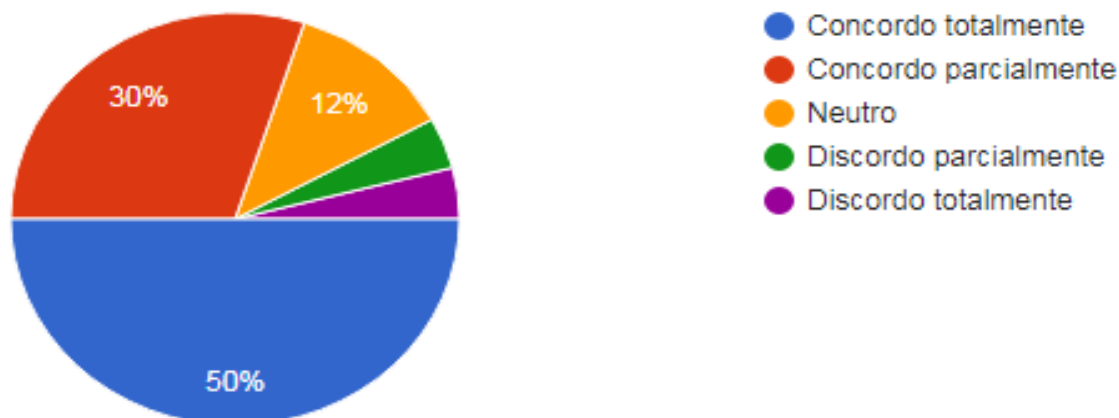
Gráfico 12 – Porcentagem dos entrevistados em porcentagem média da renda obtida com música na renda total no mês anterior a pesquisa



Fonte: Elaboração própria

Da amostra entrevistada, 80% concordam em algum grau que o Cifras Online contribuiu para sua construção do conhecimento em música, sendo que apenas 8% discordam em algum grau da contribuição do site sua formação como músico. Este dado nos leva a constatar a relevância da plataforma para o estudo da música.

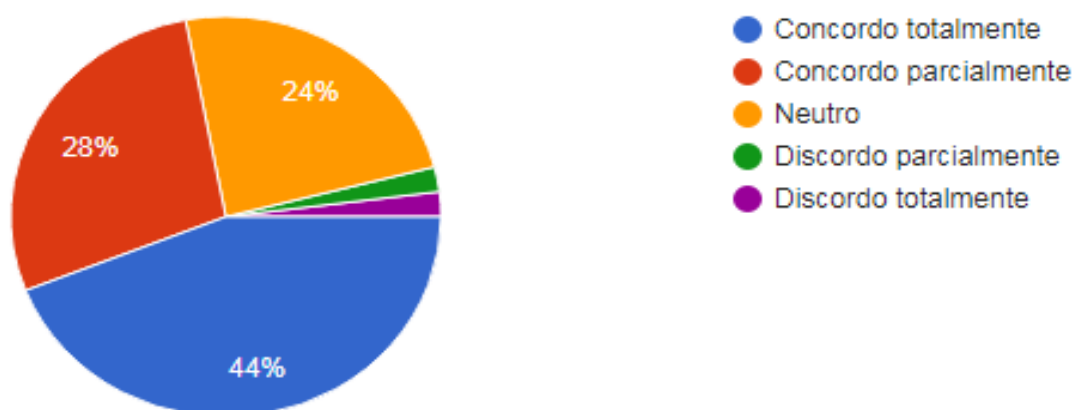
Gráfico 13 – Porcentagem dos que concordam, ou não, que o Cifras Online contribuiu para suas construções do conhecimento sobre música



Fonte: Elaboração própria

Quando questionados sobre o Cifras Online ser uma ferramenta de impacto socioeconômico, 72% dos entrevistados concordam em algum grau que o site é uma ferramenta de impacto, 24% não souberam opinar e apenas 4% discordam em algum grau. A opinião dos entrevistados reflete o que pesquisa demonstra, sendo o site uma ferramenta relevante para a capacitação profissional de músicos e de gratuito acesso.

Gráfico 14 – Porcentagem dos que concordam, ou não, que o Cifras Online é uma ferramenta de impacto socioeconômico



Fonte: Elaboração própria

A pesquisa também perguntou sobre a contribuição de tocar um instrumento para a socialização e para o bem estar dos entrevistados. Quanto a contribuição para a socialização,

92% da amostra concordou em algum grau que tocar algum instrumento ajuda na socialização e construção de vínculos sociais, sendo 6% colocaram como neutro e 2% discordaram. Quando questionados se tocar algum instrumento musical contribui para o bem-estar, 98% concordaram em algum grau, sendo que apenas 2% teve opinião neutra.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As mudanças ocorridas com o advento das TICs transformaram a economia em aspectos sociais muito mais dinâmicos, sendo este dinamismo acelerado com a chegada dos microcomputadores e da internet. A forma acelerada com que se modifica a economia e a sociedade tem sido o grande embate da academia no século XXI, buscando novos conceitos para entender este mundo globalizado e competitivo. O conceito de economia criativa surge na tentativa de compreender esta nova dinâmica do capitalismo contemporâneo, que alia tecnologia e o simbolismo cultural como forma de agregar valor a produtos e serviços.

Outro aspecto do capitalismo no século XXI é a importância dada ao conhecimento, o que faz com que as pessoas se capacitem cada vez mais e de forma mais rápida, diante destas demandas aliadas à tecnologia surgem novas formas de ensino, disponibilizando conteúdos de forma massiva e de fácil acesso. É neste contexto que surge o Cifras Online, uma plataforma que disponibiliza conteúdos de forma massiva e de forma prática e acessível.

O campo de estudo da economia criativa nos fornece elementos essenciais para entender o surgimento do Cifras Online, uma empresa que engloba elementos culturais, criatividade e tecnologia, desembocando em produtos e serviços únicos no mercado. Podemos concluir através da pesquisa que o Cifras Online é uma empresa criativa típica, tendo como insumos elementares a criatividade, capital humano, tecnologia, e se apoiando nos direitos de propriedade para garantir seus ganhos.

Através da pesquisa também é possível concluir que o Cifras Online é uma plataforma de ensino CMOOC, onde através de suas características, ser um ambiente de construção de conteúdos educativos de forma coletiva, de fomentar a interação entre os usuários e disponibilizar estes conteúdos de forma massiva, aberta e online, o classifica como uma plataforma CMOOC.

Parafraseando uma fala em entrevista concedida pelo professor do departamento de engenharia do conhecimento da UFSC, Marcio Vieira “o Cifras Online é uma típica CMOOC latino-americana de sucesso”. É possível observar que diferente de outros MOOCs que se financiam através de fundações, incentivos governamentais e vendas de certificados, o Cifras Online traçou outro caminho para garantir sua sustentabilidade econômica, formando um novo modelo de negócio de MOOCs, financiando-se através de propagandas e anúncios

vinculados em suas páginas, o que pode servir de inspiração para novas MOOCs que venha a surgir, ou até mesmo para MOOCs já existentes.

É possível concluir através da pesquisa feita com músicos da cidade de Florianópolis que o Cifras Online tem a utilidade típica de um CMOOC, utilizada para aprendizados práticos e objetivo e capacitando para a vida profissional ou como suporte para complementar uma educação formal na música, não apenas isto, como também serve de auxílio para quem quer se iniciar nos estudos musicais, como é demonstrado na pesquisa.

A pesquisa demonstra e confirma a hipótese de que o Cifras Online é sim uma ferramenta que possui impacto socioeconômico, capacitando músicos para o mercado de trabalho e de forma gratuita, com a capacidade de gerar renda aos usuários através do conhecimento disponibilizado. Os conteúdos de ensino disponibilizados pela plataforma não apenas têm a capacidade de fornecer a possibilidade de auferir renda através dos conhecimentos absorvidos, como também podem gerar bem-estar e uma melhor socialização dos usuários. Os músicos entrevistados concordam e grande maioria que o site é uma ferramenta de impacto socioeconômico.

Nota-se também a forte relação entre as plataformas MOOC e a literatura de economia criativa, o que abre espaço para uma discussão ainda não explorada pela academia. Outro ponto levantado pela pesquisa, porém pouco abordado, é a relação os direitos de propriedade intelectual e as formas de viabilização econômica de plataformas MOOC, o que abre caminho para novas pesquisas na área, já que a propriedade intelectual é primordial para que plataformas MOOC se rentabilizem através dos conteúdos que disponibilizam.

Espera-se que esta pesquisa inspire novos trabalhos nestas áreas de estudo tão novas e pouco exploradas, como são a economia criativa e as plataformas MOOC, não apenas, como também ajudando na criação de novos MOOCs, das mais distintas áreas do conhecimento, que sejam sustentáveis economicamente e geram impactos socioeconômicos positivos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALVES-MAZZOTTI, A. J.; GEWANDSZNAJDER, F. **O método nas ciências naturais e sociais: pesquisa quantitativa e qualitativa**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.
- AMORIM, C. Somos a mistura do tigre com a baleia. Entrevista concedida a Hugo Studart e Marco Damiani. **Istoé Dinheiro**, São Paulo, 2013.
- ANTUNES, R. As novas formas de acumulação de capital e as formas contemporâneas de estranhamento (Alienação). **Revista Quadrimestral de Ciências Sociais do Centro de Estudos e Pesquisas em Humanidades da Universidade Federal da Bahia**: Dossiê: trabalho, flexibilidade precarização, Salvador, v. 15, n. 37, p.23-45, jul/nov. 2002. Quadrimestral. Disponível em: <<https://portalseer.ufba.br/index.php/crh/article/view/18601/11975>>. Acesso em: 04 out. 2018.
- ARAUJO, B. C.; OLIVEIRA, J. M.; SILVA, L. V. **Panorama da economia criativa no Brasil**. Brasília: IPEA, 2013. (Texto para Discussão, n. 1880).
- BATISTA, C. R. et al. Técnicas Criativas Aplicáveis em Cursos Online Abertos e Massivos (MOOCS). In: VANZIN, T.; ULBRICHT, V. R.; BATISTA, C. R. (Org.). **Criatividade e inovação na educação**. São Paulo: Pimenta Cultural, 2015. Cap. 8. p. 204-229.
- BELLONI, M. L., **Educação à distância**. 5ª ed. Campinas, SP: Autores Associados, 2009.
- CARPOOL Cifra Club: especial 22 anos. Belo Horizonte: Studio Sol, 2018. P&B. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=zVET7j5nkyQ&t=35s>>. Acesso em: 15 out. 2019.
- CARVALHO, R. L. *et al.* A cibercultura e os MOOCs: análise da interação dos alunos em duas experiências no Brasil. **Revista EDaPECI**, v. 13, n. 2, p. 200-215, 2013. Disponível em: <<https://seer.ufs.br/index.php/edapeci/article/view/1688/PDF>>. Acesso em: 02 nov. 2019.
- CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede - A era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 2007.
- COSTA, J. W.; OLIVEIRA, M. A. M. (Orgs). **Novas linguagens e novas tecnologias: educação e sociabilidade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.
- DREIFUSS, R. A. **A época das perplexidades: Mundialização, globalização e planetarização: novos desafios**. Petrópolis: Editora Vozes, 1996.
- EPELBOIN, Y. MOOCs: A Viable Business Model?. **Lecture Notes In Educational Technology**, [s.l.], p.241-259, 12 ago. 2016. Springer Berlin Heidelberg. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/306061483_MOOCs_A_viable_business_model>. Acesso em: 10 nov. 2018.
- ESPECIAL Cifra Club 20 Anos. Belo Horizonte: Studio Sol, 2016. P&B. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Zjk4ADV2vfU>>. Acesso em: 15 out. 2019.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa - 4. ed.** - São Paulo: Atlas, 2002.
- GONÇALVES, B. M. F. **MOOC e b-Learning: uma proposta para o mestrado em TIC na Educação e Formação do Instituto Politécnico de Bragança**. 2013. 151 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de TIC na Educação e Formação, Escola Superior de Educação de Bragança, Bragança, 2013.
- MADEIRA, M. G. **Economia Criativa: Implicações e desafios para a política externa brasileira**. Brasília: Funag, 2014.

MARX, K. **Miséria da Filosofia**. Tradução: Torrieri Guimarães. São Paulo: Ed. Martin Claret, 2008 (Coleção a obra-prima de cada autor).

MATTAR, J. O uso do second life como ambiente virtual de aprendizagem. **Anais do X Seminário Jogos, Educação e Comunicação**, Salvador, v. 10, p.1-9, abr. 2008. Anual. Disponível em: <http://www.comunidadesvirtuais.pro.br/seminario-jogos/files/mod_seminario_submission/trabalho_144/trabalho.pdf>. Acesso em: 04 out. 2018.

MATTAR, J. **Web 2.0 e redes sociais na educação**. São Paulo: Artesanato Educacional, 2013.

MAZMAN, S. G.; USLU, Y. K. The usage of social networks in educational context. **Periodical - Proceedings of world academy of science, engineering and technology**. Chicago, Vol. 3 Nº01, p.404-408, jan/jun 2009. Disponível em: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.259.6931&rep=rep1&type=pdf>>. Acesso em: 04 out. 2018.

MCAULEY A. *et al.* **The MOOC Model for Digital Practice**. Charlottetown: University of Prince Edward Island, 2010. Disponível em: <http://davecormier.com/edblog/wp-content/uploads/MOOC_Final.pdf>. Acesso em: 08 out. 2018.

NEWBIGIN, John. **A Economia Criativa: Um guia introdutório**. Londres: British Council, 2010. Tradução: Diana Marcela Rey e João Loureiro. Disponível em: <https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Intro_guide_-_Portuguese.pdf>. Acesso em: 20 set. 2019.

OKADA, A.; BARROS, D. Ambientes virtuais de aprendizagem aberta: bases para uma nova tendência. **Revista Digital de Tecnologias Cognitivas: Aprendizagem em Ambientes Virtuais**, São Paulo, v. 3, p.20-35, jan/jun 2010. Disponível em: <https://www.pucsp.br/pos/tidd/teccogs/edicao_completa/teccogs_cognicao_informacao-edicao_3-2010-completa.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2018.

REIS, A. C. F. Evolução Histórica: da Indústria Criativa à Economia Criativa – Pequeno Panorama Global. In: REIS, A. C. F.; DEHEINZELIN, L. (Org.). **Caderno de Economia Criativa: Economia Criativa e Desenvolvimento Local**. Vitória: Sebrae, 2008. Cap. 1. p. 19-26. Disponível em: <<http://vix.sebraees.com.br/arquivos/biblioteca/Cadernos%20de%20Economia%20Criativa.pdf>>. Acesso em: 16 set. 2019.

SANTOS, E. O. Ambientes Virtuais de Aprendizagem: por autorias livres, plurais e gratuitas. **Revista Faeba: Educação contemporaneidade**, Salvador, v. 11, n. 18, p.425-436, jul/dez 2002. Disponível em: <<http://www.uneb.br/revistadafaeba/files/2011/05/numero18.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2018.

SCHUMPETER, J.A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. Tradução: Maria Sílvia Possas. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1997. (Os economistas).

SIEMENS, G. **MOOCs are really a platform**. Artigo publicado em 25 jul. 2012. Disponível em <<http://www.elearnspace.org/blog/2012/07/25/moocs-are-really-a-platform/>>. Acesso em: 08 nov. 2018.

TAVARES, V. B. A. **Massive Open Online Courses (MOOCs): Nova tendência educacional**. 2014. 33 p. Artigo (Especialização em Relações Internacionais) - Instituto de Relações Internacionais, Universidade de Brasília. Brasília, 2014. Disponível em:

<http://bdm.unb.br/bitstream/10483/8387/1/2014_VivianeBrunellyTavares.pdf>. Acesso em: 04 out. 2018.

UNCTAD. **Relatório de Economia Criativa 2010**: economia criativa uma, opção de desenvolvimento. Organização das Nações Unidas, 2010.

VIEIRA, M. *et al.* Mídias sociais, AVAS e MOOCs: Reflexões sobre educação em rede. **ICBL 2013 – International Conference on Interactive Computer aided Blended Learning**, p. 183-190, 2013. Disponível em <http://www.icbl-conference.org/proceedings/2013/papers/Contribution62_a.pdf>. Acesso em 18 set. 2018.

VIEIRA, M.; SIMON, R. M. Redes Sociais e MOOCs: Análise de mídias para uma educação em rede. **Anais ESUD 2014 - Xi Congresso Brasileiro de Ensino Superior A Distância**, Florianópolis, p.313-327, ago/dez. 2014. Disponível em: <<http://www.labmidiaeconhecimento.ufsc.br/files/2014/11/redes-moocs.pdf>>. Acesso em: 8 nov. 2018.

APÊNDICE I – Questionário aplicado à empresa Cifras Online.

O Cifra “Online” exige o anonimato do nome da empresa no trabalho?

sim não

Como e quando surgiu à ideia de criar o Cifra “Online”?

Inspiração de experiências internacionais Identificação de uma demanda

Possibilidade de pioneirismo no segmento Outros _____

Observações: _____

Quais foram as motivações de criar o Cifra “Online” ?

Democratizar o acesso ao estudo da música Obter renda através do site Criar um rede de compartilhamento entre músicos outros _____

Observações _____

Quantas pessoas estiveram envolvidas na criação do projeto?

Quais funções/habilidades estas pessoas utilizaram na criação do projeto?

Como se deu o recrutamento destas pessoas?

Contratação de profissionais com carteira assinada Contratação informal de pessoas

Contratação de serviço terceirizado Associação de pessoas (Cooperativa)

Outros _____

Observações _____

Quais tipos de gastos e custos foram necessários para a implementação do projeto?

Maquinas e equipamentos Salários Materiais Capacitação de pessoas

Outros _____

Observações _____

Como se deu o levantamento de capital para a criação e a implementação do projeto?

Capital próprio Capital de terceiros (empréstimo/Financiamento)

Outros _____

Observações _____

Quando se deu a implementação do site?

As pessoas envolvidas no projeto eram remuneradas?

sim não

Houve dificuldades para implementação do projeto?

sim não

Se houve, quais foram as dificuldades?

Houve alguma parceria com empresas ou investidores para implementar o projeto?

sim não , se sim quais? _____

Após a implementação do projeto, quais ferramentas e tipos de conteúdo eram disponibilizados no site?

Os conteúdos eram compartilhados pela equipe do site?

sim não

Havia conteúdos no site compartilhado por usuários?

sim não

Os conteúdos compartilhados pelos usuários passavam por moderação?

sim não

Em algum momento foi necessário recrutar mais pessoas para equipe do site?

sim não

Se sim, quais eram as capacitações destas pessoas?

Estas pessoas eram remuneradas?

Sim não

Qual era o tipo de vínculo destas pessoas recrutadas com o Cifra “Online” ?

carteira assinada trabalho informal Serviços terceirizados Outros _____

Observações _____

Quais mudanças estruturais ocorreram no site ao longo do tempo?

Quais foram às mudanças no quadro de profissionais envolvidos no Cifra “Online” ao longo do tempo?

Ao longo do tempo ocorreram parcerias com outras empresas ou investidores?

Sim Não

Ao longo do tempo como se deu as formas de financiamento do site?

Capital próprio Capital de terceiros(empréstimo/Financiamento) Outros _____

Observações _____

Ao longo do tempo quais mudanças ocorreram no tipo de conteúdo disponibilizado no site?

Qual a dimensão de público, em números e qualidades, que o site alcança?

O site sempre teve a intenção de compartilhar seus conteúdos gratuitamente?

sim não

O site vende algum tipo de produto?

sim não , se sim quais?

APÊNCICE II – Questionário aplicado aos músicos da cidade de Florianópolis.

Sexo?

masculino feminino

Faixa etária?

menos de 18 anos 18-30 anos 31 – 40 anos 41 – 50 anos mais de 50 anos

Cor da pele

Preta Parda Branca Indígena Sem declaração

Escolarização?

Fundamental incompleto Fundamental completo médio incompleto médio completo Superior incompleto superior completo

Você se considera um músico profissional?

Sim não

Você tem carteira assinada?

Sim Não

Qual o principal instrumento musical que você toca?

Violão Guitarra Baixo Teclado/piano Percussão Outros_____

Qual o nível técnico/teórico que você está no instrumento?

Iniciante Intermediário Avançado

Você já participou ou participa de algum curso presencial de música?

Sim Não

Qual foi a duração do curso presencial de música?

Já utilizou o site Cifra “Online”?

Sim Não

Você acessa com frequência os conteúdos do Cifra “Online”?

concordo concordo totalmente neutro discordo discordo totalmente

Qual tipo de conteúdo você já acessou ou acessa no Cifra “Online”?

Fórum Cifras Video-aulas

Os conteúdos acessados no Cifra “Online” contribuíram com no seu conhecimento sobre música?

concordo concordo totalmente neutro discordo discordo totalmente

O Cifra “Online” contribuiu para a sua inicialização no instrumento?

concordo concordo totalmente neutro discordo discordo totalmente

O Cifra “Online” é relevante para sua vida profissional?

concordo concordo totalmente neutro discordo discordo totalmente

Você já obteve ou obtém renda através da música?

Sim Não

No último mês, qual foi a porcentagem média de contribuição da renda obtida com música na sua renda total?

100% 75% 50% 25% nenhuma contribuição

A música contribui para a sua socialização e construções de vínculos sociais?

concordo concordo totalmente neutro discordo discordo totalmente

A música contribui para o seu bem estar?

concordo concordo totalmente neutro discordo discordo totalmente

O Cifra “Online” contribui para o ensino da música em geral?

concordo concordo totalmente neutro discordo discordo totalmente
