

Cibercultura e ensino EaD: aliados da economia criativa em Moçambique

*Quézia Elisama Ribas
Walter Dutra Silveira Neto
Daniela Novelli*

RESUMO

O presente artigo visou identificar como a cibercultura e o Ensino à Distância (EaD) contribuem para o desenvolvimento da economia criativa em uma comunidade em vulnerabilidade social em Moçambique. O método foi o estudo de caso, com a Cooperativa Kanimambo, um grupo de empreendedoras da economia criativa, que reúne-se semanalmente para aprender técnicas de costura na modalidade EaD. A abordagem do estudo foi qualitativa e descritiva, tendo como procedimentos utilizados a revisão bibliográfica tradicional e a jornada do usuário. Quanto aos principais resultados, o estudo revela que a cibercultura e o EaD contribuem para a evolução da execução da costura nos produtos desenvolvidos e comercializados pelas empreendedoras. Percebeu-se também que a experiência com vídeos de costura no site *Youtube* auxilia não apenas na evolução da execução da técnica da costura, mas na inserção ao EaD, mediante uma experiência positiva de aprendizado. Finalmente, observa-se como a conexão em rede supre a necessidade de professores presenciais, oferecendo acesso, sem restrições geográficas, ao aprendizado com videoaulas de professores brasileiros. Desta forma, a costura permanece sendo

explorada como potencial productivo dentro da economia criativa por meio do EaD e da cibercultura.

Palavras-chave: Economia Criativa; Costura; Cibercultura, EaD, Moçambique.

CYBERCULTURE AND DISTANCE LEARNING: ALLIES OF THE CREATIVE ECONOMY IN MOZAMBIQUE

Abstract

This paper aimed to identify how cyberculture and distance learning contribute to the development of the creative economy in a socially vulnerable community in Mozambique. The method was a case study with the Kanimambo Cooperative, a group of creative economy entrepreneurs who meet weekly to learn sewing techniques in the distance learning modality. The study approach was qualitative and descriptive, using traditional literature review and user journey as procedures. As for the main results, the study reveals that cyberculture and distance learning contribute to the evolution of sewing execution in the products developed and marketed by the entrepreneurs. It was also noted that the experience with sewing videos on the YouTube website helps not only in the evolution of the execution of the sewing technique, but also in the insertion into distance learning, through a positive learning experience. Finally, it is observed how the network connection meets the need for face-to-face teachers, offering access, without geographical restrictions, to learning with video classes from Brazilian teachers. In this way, sewing continues to be explored as a productive potential within the creative economy through distance learning and cyberculture.

Keywords: Creative Economy; Sewing; Cyberculture, Distance Learning, Mozambique.

CIBERCULTURA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA: ALIADOS DE LA ECONOMÍA CREATIVA EN MOZAMBIQUE

Resumen

Este artículo tuvo como objetivo identificar cómo la cibercultura y el aprendizaje a distancia contribuyen al desarrollo de la economía creativa en una comunidad socialmente vulnerable de Mozambique. El método fue un estudio de caso, con la Cooperativa Kanimambo, un grupo de emprendedores de la economía creativa, quienes se reúnen semanalmente para aprender técnicas de costura en la modalidad a distancia. El enfoque del estudio fue cualitativo y descriptivo, utilizando como procedimientos la revisión bibliográfica tradicional y el user journey. En cuanto a los principales resultados, el estudio revela que la cibercultura y la educación a distancia contribuyen a la evolución de la ejecución de la costura en los productos desarrollados y comercializados por emprendedores. También se destacó que la experiencia con videos de costura en el sitio web YouTube ayuda no solo en el desarrollo de la ejecución de la técnica de costura, sino en la inserción en la educación a distancia, a través de una experiencia de aprendizaje positiva. Finalmente, se observa cómo la conexión en red atiende la necesidad de

los profesores presenciales, ofreciendo acceso, sin restricciones geográficas, al aprendizaje con videoclases de profesores brasileños. De esta manera, se continúa explorando la costura como potencial productivo dentro de la economía creativa a través de la educación a distancia y la cibercultura.

Palabras-clave: *Economía Creativa; Coser; Cibercultura, Mozambique.*

1. INTRODUÇÃO

O ser humano convive cada vez mais com a tecnologia. Essa interação, por sua vez, pode trazer benefícios ou malefícios para o homem. No entanto, neste estudo, concentra-se nas diversas oportunidades que se abrem, quando o uso da tecnologia é bem empregada, tornando-se aliada, especialmente na busca de informações e conhecimento.

A Covid-19, pandemia iniciada em 2020, trouxe inúmeras mudanças sociais, dentre elas, a necessidade do uso da tecnologia para execução de tarefas do cotidiano. No contexto do ensino não foi diferente, professores substituíram o espaço físico pelo espaço virtual, o que demandou a inclusão de diferentes tecnologias e habilidades para lidar com a execução dessas tecnologias nas práticas do ensino, durante o período do ensino remoto emergencial (Mancio e Silva, 2023).

Contudo, observa-se que o uso da tecnologia, no contexto do ensino, está para além da necessidade emergencial durante a pandemia. Com a inclusão do uso da tecnologia no ensino, muitas instituições optaram por incluir ou expandir as opções de cursos na modalidade do ensino à distância (EaD), onde as aulas estão no ciberespaço e podem ser acessadas virtualmente de qualquer localidade. Assim, compreende-se o ciberespaço como decisivo na unificação da humanidade. Saímos de uma escala local e regional para uma escala global. O ciberespaço é o elemento unificador, um grande cérebro, onde se centraria o arquivo de toda a produção e memória humana (Levy, 2010).

Dados do Censo da Educação Superior de 2021 revelam a expansão da modalidade EaD no Brasil. O ensino superior a distância cresceu 474% em uma década (Mec, 2024). A procura por cursos livres digitais também teve seu crescimento significativo. De acordo com a última pesquisa do Censo da Educação a Distância, a busca por essa modalidade de aulas aumentou, pelo menos, 50% de 2020 para o início de 2021 (Inep, 2022).

Diante desta realidade de crescimento do EaD, o objetivo deste artigo é identificar como a cibercultura e o EaD contribuem para o desenvolvimento da economia criativa em uma comunidade em vulnerabilidade social em Moçambique. Para tanto, realizamos um estudo de caso com a Cooperativa Kanimambo, um grupo de empreendedoras da economia criativa que reúnem-se semanalmente para aprender técnicas de costura na modalidade EAD. A abordagem do estudo foi qualitativa e descritiva, tendo

como procedimentos utilizados a revisão bibliográfica tradicional e a jornada do usuário. A revisão bibliográfica tradicional levantou reflexões sobre o empreendedorismo social (Gregory Dees, 2001; Dolabela, 2008; Yunus, 2010; Chaves e Mezzari, 2016), a economia criativa e a costura (Howkins, 2013; Santos, 2018; Abreu e Menezes, 2021) e a cibercultura e o EaD (Lévy 1999; Lemos, 2006; Moran, 2013; Alves, 2007; Lucineia Alves, 2011). O mapa da jornada do usuário foi elaborado com dados coletados na visita ao local e entrevista semiestruturada com as participantes da Cooperativa Kanimambo. Finalmente, para sintetizar os dados e apresentar os resultados definidos a partir do estudo, elaborou-se uma redação científica baseada no cruzamento entre os dados da pesquisa bibliográfica e da jornada do usuário.

Assim, as próximas seções deste artigo estão organizadas da seguinte maneira: a segunda seção apresenta a fundamentação teórica; a terceira seção apresenta os resultados encontrados e discussões; as considerações finais são apresentadas na quarta seção; e, finalmente, a quinta seção apresenta os agradecimentos seguida das referências.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Empreendedorismo Social

Define-se o indivíduo empreendedor como, alguém que assume riscos, alguém versátil, que transforma oportunidades em negócios lucrativos, alguém que descobre ou está em estado de alerta para obter a informação e captar oportunidades que outros não perceberam, alguém que observa, em pequenas situações, a oportunidade de traçar novos caminhos no mercado (Dolabela 2008; Machado *et al.*, 2013; Chaves e Mezzari, 2016).

O empreendedor social é a combinação da desenvoltura do empreendedorismo tradicional, com a missão de assumir uma maior responsabilidade social. A principal diferença entre os empreendedores sociais e os do mercado está relacionada à sua missão. O empreendedor social pode ser encontrado em diversos lugares, desde que sua finalidade seja a criação de valor social. Gregory Dees (2001), referenciado como o pai da educação para o empreendedorismo social, afirma que os empreendedores sociais desempenham um papel de agente de mudança ao adotarem a missão de criar e manter valor. Eles reconhecem e buscam oportunidades de servir esta missão de valor. Eles criam negócios sustentáveis que também solucionam problemas na sociedade, em especial na vida de pessoas que vivem em comunidades vulneráveis (Yunus, 2010; Chaves e Mezzari, 2016).

Se inicialmente o conceito de empreendedor social era restrito a atores ligados a ONG's, atualmente o conceito é muito mais amplo, o empreendedor social pode ser um empresário, um acadêmico, um ativista ou um governante, desde que seja um

agente de mudança inovador que busca gerar impacto social. Entretanto, ONG's, cooperativas e Instituições sem fins lucrativos agem impulsionando o surgimento de novos empreendedores sociais, buscando despertar a potência de transformação que há em cada pessoa. Para isto, os setores inseridos na economia criativa, são precursores com grande expectativa de inserção no meio empreendedor, denotando ser áreas de grande potencial produtivo e de inclusão (Yunus, 2010; Abreu, 2022; Ashoka, 2024).

2.2 Economia Criativa e Costura

A economia criativa, em suma, abrange a troca e comércio de bens tangíveis e intangíveis cuja base é a criatividade. A popularização da economia criativa está ligada com as mudanças propostas pelo governo britânico no final dos anos 1990. Foram as discussões no Reino Unido que trouxeram ao centro do debate o tema da criatividade como insumo para as atividades produtivas. Isso ocorreu já no final do século XX, após o processo de desindustrialização inglesa, momento em que há uma redução generalizada de empregos no país. Somado à crise financeira global de 2008, torna-se necessário pensar em alternativas para o reaquecimento da economia. É neste momento que surge a reflexão sobre a criatividade como insumo para o trabalho. Fazer dinheiro com ideias torna-se plausível (Howkins, 2013; Klamer, 2016, Santos, 2018).

A definição dos setores que comporiam a indústria criativa inglesa ficou sob a responsabilidade do Departamento de Cultura, Mídia e Esporte (DCMS) que encomendou uma pesquisa a fim de definir o setor. No entendimento da DCMS, os setores criativos podem ser definidos como as áreas que têm sua origem na criatividade, na perícia e no talento individuais e que possuem um potencial para a criação de riqueza e empregos através da geração e da exploração da propriedade intelectual. A seleção incluía os setores de publicidade, arquitetura, mercado de artes e antiguidades, artesanato, design, moda, filmagem, softwares interativos de lazer, música, artes performativas, editoração, serviços de computação e rádio & televisão (Dcms, 2008).

A economia criativa valoriza uma série de atividades produtivas que podem ser uma alternativa para a geração de trabalho e renda. A Organização das Nações Unidas (ONU) incentiva que os governos dos países em desenvolvimento invistam nestas áreas. A ONU destaca também a importância dos governos criarem políticas públicas específicas para o setor, levando em consideração avaliar as particularidades de suas economias, reconhecendo suas necessidades reais, alinhadas com suas diferenças culturais e identitárias, a fim de investir nos produtos com maior possibilidade de retorno. Desta maneira, cada país deve analisar onde está o seu potencial (Santos, 2018).

Segundo o Plano Estratégico da Cultura de Moçambique, aprovado em 7 de junho de 2012, falar das indústrias criativas no contexto moçambicano é falar, sobretudo de

música, cinema, audiovisual e televisão, livro e edição, artes visuais, artes do espetáculo, patrimônio cultural, rádio, artesanato, moda e *design* de conteúdos culturais, difusão de eventos culturais e turismo cultural (DCSM, 2008).

Diante disso, evidencia-se e conceitua-se aqui, dois insumos presentes na realidade da economia criativa em Moçambique. O artesanato e a moda. O artesanato, segundo propôs Barroso no Seminário Internacional intitulado Design Sem Fronteiras, realizado na Colômbia em 1996, pode-se compreender como toda atividade produtiva de objetos e artefatos realizados manualmente, ou com a utilização de meios tradicionais ou rudimentares, com habilidade, destreza, apuro técnico, engenho e arte (Nóbrega e Oliveira, 2015). O artesanato é geralmente um trabalho individual, embora possa ser desenvolvido com o auxílio de várias pessoas durante sua confecção. O resultado deve ser algum objeto novo, fruto da transformação de matérias-primas e produzido em pequena escala. Essa atividade deve revelar uma destreza de quem a produz (Barroso, 2001).

Compreendido o termo artesanato, agora explora-se o termo moda. Quando se fala de moda, o termo pode conter inúmeras interpretações, dependendo do contexto pesquisado. Nesta pesquisa, utiliza-se conceitos complementares de Svendsen e Sanches. Segundo Svendsen (2010), de maneira geral, se percebe duas categorias de compreensão sobre o que é moda, uma que a vincula ao vestuário e outra que interpreta como um mecanismo, uma ideologia que vai além da sua aplicação ao vestuário. Para Sanches (2017), o termo moda é entendido como “um mecanismo multidimensional que influencia e reflete as variações de comportamentos de grupos sociais que partilham um determinado tempo e espaço, originando modos de expressão e representação coletivas que se imbricam com as identidades dos indivíduos ali vinculados” (Sanches, 2017, p. 25).

Dentro da economia criativa, existe uma diversidade de produtos de moda, tangíveis e intangíveis, que se classificam. Como exemplos de produtos intangíveis pode-se citar a pesquisa de tendências e a consultoria de estilo e imagem, e como produtos físicos podemos citar peças de vestuário e acessórios. Dentre os produtos físicos, o artesanato pode ser apropriado à moda, presente de diversas formas, como através de acessórios, customização de peças, bordados e aplicações. Para a produção de produtos artesanais e produtos tangíveis de moda, uma habilidade relevante nesse processo de construção é a costura.

Ao longo dos anos a execução da costura evoluiu. A habilidade pode ser executada de forma manual, somente com o uso da agulha de metal e o fio, ou com o auxílio da máquina de costura. A costura é uma etapa operacional que tem como objetivo unir todas as partes dos moldes têxteis bidimensionais e transformá-los em tridimensionais por meio da introdução da agulha com linha em um material têxtil, formando pontos

de costura (Abreu, 2022). Em muitas culturas ao redor do mundo, a costura foi uma habilidade essencialmente feminina, passada de mãe para filha ao longo das gerações. Atualmente a técnica é ensinada presencialmente, em universidades, escolas, ongs e até mesmo virtualmente, por meio do ciberespaço.

2.3 Cibercultura e Ensino a Distância (EaD)

O ciberespaço é um espaço de comunicação interativo e comunitário, que surge da interconexão mundial das possibilidades oferecidas pela internet (Lévy, 2010). A cibercultura e o ciberespaço estão entrelaçados e, na medida em que o ciberespaço cresce, a cibercultura desenvolve-se (Lévy, 2010). Para Lévy (2010), a cibercultura é um processo de mutação de formas de trabalhar, de se relacionar e de se sociabilizar, que se desenvolvem no ciberespaço, a partir do uso das tecnologias digitais e da comunicação virtual. É um “conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (Lévy, 2010, p. 16).

O princípio que rege a cibercultura é a *remixagem*, conjunto de práticas sociais e comunicacionais, colagens de informação a partir das tecnologias digitais. O norteador desse processo de *remixagem* contemporâneo é regido pelas leis da cibercultura, que se dividem em três pilares: 1) emissão, 2) conexão e 3) reconfiguração (Lemos, 2006).

A primeira lei da cibercultura é a liberação do pólo da emissão. As diversas manifestações socioculturais contemporâneas mostram que, o que está em jogo com o excesso e a circulação viral de informação, é a emergência de vozes e discursos, anteriormente reprimidos pela edição da informação pelo meio de comunicação de massa. Aqui a máxima é “tem de tudo na internet, pode tudo na internet” (Lemos, 2006, p. 54).

A segunda lei e o princípio de conexão em rede, conectividade generalizada. Aqui a máxima é «a rede está em todos os lugares» (Lemos, 2006, p.54). Esta representação começa com a transformação do PC (computador pessoal, início da microinformática em 1970) em CC (computador coletivo, com o surgimento da internet e sua popularização nos anos 80 e 90), e atualmente é o CC móvel (computador, a explosão dos celulares e das redes Wi-Fi). Tudo comunica e tudo está em rede, pessoas, máquinas, objetos, cidades (Lemos, 2006).

Por fim, a terceira lei da cibercultura é a reconfiguração. Aqui a máxima é “tudo muda, mas nem tanto” (Lemos, 2006, p. 55). Trata-se de reconfigurar práticas, modalidades midiáticas, espaços, sem a substituição de seus respectivos antecedentes. Por reconfiguração, compreende-se, a ideia de remediação, mas também a de modificação das estruturas sociais, das instituições e das práticas comunicacionais (Lemos, 2006).

Essas três leis estão na base da *remixagem* da cibercultura. A liberação da emissão, o princípio em rede e a reconfiguração são consequências do potencial das tecnologias digitais para recombinar. A novidade não é a recombinação em si mas o seu alcance. A recombinação e a remixagem têm dominado a cultura ocidental desde a segunda metade do século XX, mas adquirem aspectos planetários nesse começo de século XXI (Lemos, 2006).

Atualmente, é possível observar que a cibercultura assume especificidades em diferentes atividades da sociedade. Por exemplo, há cibercultura específica para interagir com os amigos, no *Facebook*; para seguir as notícias sobre a política mundial, no *X*; para cumprir as tarefas profissionais, via *Google Drive*; para aprender ou ensinar conteúdo, no *Udemy*, entre outros (Machado, 2021).

É notável também que, uma das atividades mais recombinadas pela cibercultura é o ensino e a aprendizagem. Atualmente temos a educação presencial, semipresencial e educação à distância (EaD). A presencial é a modalidade de ensino tradicional, onde professores e alunos se encontram sempre num local físico, chamado de sala de aula. A semipresencial acontece em parte na sala de aula e outra parte a distância, através de tecnologias. E a educação a distância pode ter ou não momentos presenciais, mas acontece fundamentalmente com professores e alunos separados fisicamente no espaço e ou no tempo, mas podendo estar juntos através de tecnologias de comunicação (Moran, 2013).

A educação à distância, que antes era minoria, hoje tem números expressivos no Brasil e no mundo. Um acelerador deste crescimento foi a Covid-19. A pandemia, iniciada em 2020 no Brasil, trouxe a necessidade do uso da tecnologia, professores substituíram o espaço físico pelo espaço virtual, durante o período do ensino remoto emergencial (Mancio, 2023). Contudo, observa-se que o uso da tecnologia, no contexto do ensino, está para além da necessidade emergencial durante a pandemia. Com o aumento da inclusão do uso da tecnologia no ensino, muitas instituições optaram por incluir ou expandir as opções de cursos na modalidade EaD, onde as aulas estão no ciberespaço e podem ser acessadas virtualmente de qualquer localidade.

Dados do Censo da Educação Superior de 2021 revelam a expansão da modalidade EaD no Brasil. O ensino superior a distância cresceu 474% em uma década (MEC, 2024). A procura por cursos livres digitais também teve seu crescimento significativo. De acordo com a última pesquisa do Censo da Educação a Distância, realizada pela Associação Brasileira de Educação a Distância (ABED), a busca por essa modalidade de aulas aumentou, pelo menos, 50% de 2020 para o início de 2021 (INEP, 2021).

Segundo a legislação brasileira, no artigo 80 da Lei 9.394, de 20 de dezembro de 1996, a EaD é a modalidade educacional em que a mediação didático-pedagógica, nos processos de ensino e aprendizagem, ocorre com a utilização de tecnologias de infor-

mação e comunicação, com pessoal qualificado, com políticas de acesso, com acompanhamento e avaliação específicos, entre outros, e desenvolve atividades educativas por estudantes e profissionais da educação que ocupam lugares e tempos diversos (MEC, 2024).

Historicamente, o EaD no Brasil iniciou antes de 1900, com os cursos por correspondência para datilógrafos, ministrado por um professor particular. Mais tarde, em 1904, filiais de uma organização americana, as Escolas Internacionais, ofereciam cursos profissionalizantes para os setores do comércio e de serviços. Os cursos eram ministrados também por correspondência, com remessa de materiais didáticos, principalmente transportados com o uso de ferrovias, pelos correios. De 1904 até 1970, vários programas foram oferecidos por algumas instituições, tendo como método o ensino por correspondência, e também por meio do uso do rádio, de materiais impressos, e da televisão. Esse período, entre 1904 e 1970, é considerado como a primeira geração da EaD no Brasil (Alves, 2007; Alves L., 2011).

Entre as décadas de 1970 e 1980, fundações e organizações adotaram métodos de transmissão via satélite, e uso de materiais impressos, inaugurando a segunda geração da EaD no Brasil. As principais demandas do aluno eram os atos de ler e de assistir e, nas ocasiões de videoconferências, discutir e compartilhar dúvidas e compreensões, em meio a interações com os pares (Alves L., 2011). A partir desse mesmo período, as Instituições de Ensino Superior (IES) brasileiras adotaram, aos poucos, o uso de novas tecnologias de informação e comunicação, possibilitando o acesso dos conteúdos das aulas via computadores, e recentemente, via *tablets*, *smartphones* e *notebooks*. Esse movimento das novas tecnologias de informação e comunicação originou a terceira geração da EaD no Brasil (Alves, 2007; Alves L., 2011).

3. DESENVOLVIMENTO

O estudo de caso da Cooperativa Kanimambo revelou que a cibercultura e o EaD são aliados na busca de informações e conhecimento, que contribuem para a evolução da execução da técnica da costura nos produtos desenvolvidos e comercializados pelas empreendedoras do grupo. Avançando na análise e interpretação dos dados, apresenta-se a seguir o mapa da jornada do usuário.

O desenvolvimento da jornada do usuário iniciou com uma imersão *in loco*, ou seja, uma visita ao espaço físico onde as colaboradoras da Cooperativa Kanimambo se reúnem para assistir as videoaulas e costurar. Sobre o local da imersão, é a casa de uma das quatro colaboradoras da cooperativa, localizada em Matola, uma cidade moçambicana, da província de Maputo. Lá, houve a entrevista semiestruturada com a líder da cooperativa, a proprietária da casa, e a entrevista com as demais colaboradoras. Esse procedimento revelou quatro pontos relevantes até a compra do curso de

costura EaD, que foram: 1) identificar a necessidade, 2) buscar soluções, 3) interagir com o ensino a distância e 4) a compra do curso EaD. A seguir, apresenta-se a imagem do Mapa da Jornada do Usuário (Figura 1) e a descrição de cada etapa.

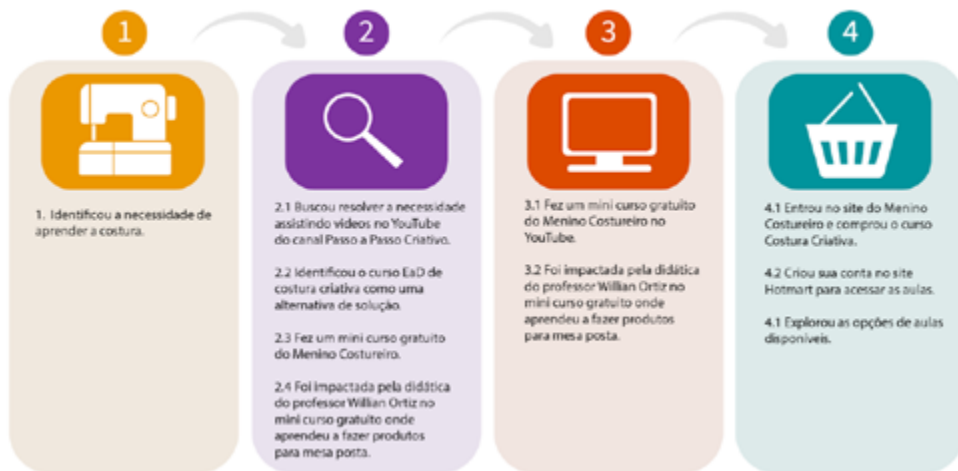


Figura 1 Mapa da jornada do usuário.

Fonte: elaborado pelas autoras (2024).

- 1) Para compreender a motivação da necessidade de aprender costura, faz-se relevante compreender o contexto do caso aqui observado. A Cooperativa Kanimambo é um negócio baseado na economia criativa. Suas colaboradoras residem em uma comunidade em vulnerabilidade social, onde sobrevivem a escassez de recursos ou falta deles, como por exemplo, água encanada, alimentação regular, ensino escolar básico, acesso a internet, dentre outros. O objetivo da cooperativa é o lucro a partir da venda de produtos artesanais, para enfrentar os problemas sociais. Assim sendo, a cooperativa, atualmente composta por quatro mulheres, teve o desligamento de uma das participantes do grupo, a qual possuía noções aprofundadas de costura e ensinava para as demais, que possuem noções básicas de costura como, colocar fio na máquina e fazer uma costura em linha reta. Neste contexto, surge a necessidade de uma professora substituta para ensinar a costura aplicada no desenvolvimento de produtos artesanais, com a matéria-prima local disponível.
- 2) Na busca, para solucionar a necessidade de instrução do aprendizado da costura, em escassez presencialmente, uma das participantes, a atual líder e a única do grupo que possui acesso à internet em casa com computador portátil, buscou vídeos de passo a passo no site *Youtube*. Seu primeiro contato com o ensino da costura, no ciberespaço, foram os vídeos da Amanda Ansaldo, professora de cos-

tura no canal do *Youtube* chamado Passo a Passo Criativo. Imersa nesse universo de possibilidades do ensino da costura no ciberespaço, e constatando a evolução no aprendizado, com a finalização de peças como pano de prato e almofada, cresce o impulso de consumir mais ensino virtual sobre a costura.

- 3) Ao participar do minicurso gratuito Mesa Posta, onde aprendeu com as videoaulas, do professor Willian Ortiz, fazer jogo americano e guardanapo, a líder da cooperativa foi impactada pela didática do professor. Considerando isso, aprender a costura na modalidade EaD foi a solução escolhida pelas colaboradoras da cooperativa. Tendo em vista que, a opção atende tanto a necessidade da falta de um professor para ensino da costura, como a execução de peças com matéria-prima local e que possam ser comercializadas pelo grupo.
- 4) No término do curso gratuito de Willian Ortiz, conhecido no ciberespaço como o Menino Costureiro, a líder da cooperativa realizou a compra do curso Costura Criativa. O curso é acessado na plataforma digital *Hotmart*, um site para venda e distribuição de produtos digitais (cursos, mentorias, *ebooks*, etc.), e dá 5 anos de acesso aos usuários, o que incentivou a compra deste produto. O curso *online*, Costura Criativa, com 80 horas de capacitação, tem o título de Certificação de Extensão Universitária reconhecida pelo Ministério da Educação (MEC), através da Faculdade Brasília. O conteúdo do curso é dividido em módulos que ensinam a fazer peças de itens pessoais, peças de atelier, peças para o quarto e sala, kit para carro, peças para o banheiro, peças para a cozinha e mesa posta. O curso completo ensina mais de 75 peças. Em cada videoaula, o aluno tem acesso ao vídeo com o passo a passo da confecção da peça, uma apostila digital com o passo a passo descrito e o molde em arquivo digital para impressão.

Dito isso, pode-se perceber que o aprendizado da costura neste contexto possui pontos de contato nas três leis da cibercultura: a) emissão, b) conexão em rede e c) reconfiguração. a) Na emissão, tem-se a presença do ensino da costura no ciberespaço de duas formas, em vídeos no *Youtube* e em cursos EaD. Avalia-se então, que a experiência com vídeos de costura no *Youtube* contribuem não apenas para evolução na execução da técnica da costura, mas para inserção no EaD, a partir de uma experiência positiva de aprendizagem, onde aqui obteve-se resultado com peças costuradas. b) Na conexão em rede, tem-se o alcance do ensino da costura, antes restrito ao presencial, chegando a todos os lugares, sem limitações geográficas, do Brasil à Moçambique. Neste sentido, percebe-se como a conexão em rede supre a necessidade do grupo de professores presenciais que contribuísem com o ensino da costura. c) Por fim, na lei da reconfiguração, tem-se uma habilidade manual milenar sem a substituição. A costura sendo explorada como potencial produtivo dentro da economia criativa por meio do EaD e da cibercultura.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A intenção de desenvolver um trabalho que analisasse em profundidade o contexto particular de um grupo de empreendedoras da economia criativa tinha como objetivo principal, identificar como a cibercultura e o EaD contribuem para o desenvolvimento da economia criativa em uma comunidade em vulnerabilidade social em Moçambique. Diante disso, o estudo de caso da Cooperativa Kanimambo revela que a cibercultura contribui para o avanço das atividades do grupo oferecendo acesso ao conhecimento com a presença do ensino da costura no ciberespaço, tanto de maneira informal, com vídeos no site *Youtube*, como de maneira formal, com cursos na modalidade EaD e reconhecidos pelo MEC.

A análise demonstrou também que a experiência com vídeos de costura no site *Youtube* auxiliam não apenas na evolução da execução da técnica da costura, mas na inserção ao EaD, mediante uma experiência prévia positiva de aprendizado com o ensino informal no formato digital. Neste sentido, observa-se que vídeos com passo-a-passo ensinando técnicas de costura divulgados nas redes sociais (*Instagram, Tik Tok, Youtube* etc.), contribuem para o desenvolvimento da economia criativa. Finalmente, observa-se como a conexão em rede supre a necessidade da escassez de professores presenciais, oferecendo acesso sem restrições geográficas ao aprendizado com videoaulas de professores brasileiros, beneficiando a população africana de língua portuguesa. Desta forma, a costura permanece sendo explorada como potencial produtivo dentro da economia criativa por meio do EaD e da cibercultura.

Concernente às contribuições desta pesquisa, espera-se colaborar com o desenvolvimento das discussões acerca do uso na tecnologia na economia criativa, e contribuir para o avanço na produção científica sobre o tema. Ressalta-se, ainda, que os achados deste estudo buscam suprir uma lacuna de pesquisa concernente a estudos sobre a economia criativa em Moçambique. No que tange às limitações e recomendações para futuras pesquisas, acredita-se que os resultados aqui apresentados possam ser enriquecidos com outras formas de análises das atividades da economia criativa em Moçambique, como por exemplo, compreender os desafios das empreendedoras sociais moçambicanas. Sugere-se, ainda, que futuras investigações com grupo de empreendedoras da economia criativa possam explorar a limitação desse artigo, sendo a restrição da amostra da população analisada, com apenas um grupo de quatro mulheres.

5. AGRADECIMENTOS

Agradecemos à Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina (FAPESC), Edital 18/2024, pelo apoio que possibilitou a realização deste estudo.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Ana Cláudia de; MENEZES, Marizilda dos Santos. A costura industrial como recurso criativo no projeto de Design de Superfícies do vestuário. *Moda Palavra*, Florianópolis, v. 15, n. 35, p. 216-265, jan./mar. 2022.
- ALVES, J. R. M. A história da educação a distância no Brasil. *Educação em Foco*, Rio de Janeiro, ano 16, n. 82, 2007. Disponível em: http://www.ipae.com.br/pub/pt/cme/cme_82/index.htm. Acesso em: 26 jun. 2024.
- ALVES, Lucineia. Educação a distância: conceitos e história no Brasil e no mundo. *Revista Brasileira de Aprendizagem Aberta e a Distância*, São Paulo, v. 10, p. 83-92, 2011. Disponível em: <https://seer.abed.net.br/RBAAD/article/view/235/113>. Acesso em: 2 de jul. de 2024.
- BARROSO, Eduardo Neto. *Artesanato e Mercado*. Brasília: Fórum Brasileiro de Economia Solidária, 2001.
- CHAVES, T. J. de; MEZZARI, L. *Guia prático para negócios de impacto social*. Jundiaí: Paco Editorial, 2016.
- DCSM. Department for Digital, Culture, Media & Sport. 2008. Autumn Performance Report 2008. Disponível em: <https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5a7bad56e5274a-7318b9035c/7518.pdf>. Acesso em: 1 jun. 2024.
- DOLABELA, F. *Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza*. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- GIL, Antônio. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GREGORY DEES, J. et al. *Enterprising nonprofits: a toolkit for social entrepreneurs*. Nova Iorque: Wiley, 2001.
- HOWKINS, J. *A economia criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas*. São Paulo: M.Books do Brasil, 2013.
- INEP (Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira). Censo da Educação. Disponível em: https://download.inep.gov.br/publicacoes/institucionais/estatisticas_e_indicadores/notas_estatisticas_censo_escolar_2021.pdf. Acesso em: 17 jun. 2024.
- LANÇA, Marta; GARCIA, Orlando; ALMEIDA, Sara; MOREIRA, Sara; RODRIGUES, Vanessa. *Futuros criativos: economia e criatividade em Angola, Moçambique e Timor-Leste*. 2017. Disponível em: <https://www.futuroscriativos.org/wp-content/uploads/2019/06/Futuros-criativos-2-vOnline-2.pdf>. Acesso em: 1 mar. 2024.
- LEMO, André. Ciber-cultura-remix. In: ARAUJO, Denize Correa (Org.). *Imagem (IR) realidade: comunicação e cibermídia*. Porto Alegre: Sulina, 2006.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 2010.
- MANCIO, Geidy Dália da Costa; SILVA, Priscila do Vale. Cibercultura e o ensino superior: experiências docentes como/no ensino remoto emergencial. *Revista Redoc* (Revista Docência e Cibercultura). Rio de Janeiro, v. 7, n. 4, p. 181-200, set./dez. de 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.12957/redoc.2023.66884>. Acesso em: 17 jun. 2024.

- MACHADO, Elaine da Silva; ARRUDA, Sergio de Mello; PASSOS, Marinez Meneghello. *Caracterização da aprendizagem da cibercultura na educação a distância*. Ciência & Educação (Bauru), Bauru, v. 27, 2021. FapUNIFESP (SciELO). Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1516-731320210013>. Acesso em: 21 nov. 2024.
- MACHADO, H. P. V. et al. *Empreendedorismo, oportunidades e cultura: seleção de casos no contexto brasileiro*. Maringá: Eduem, 2013.
- MARTIN, Bella; HANINGTON, Bruce. *Universal methods of design*. Boston: Rockport Publishers, 2012.
- MEC (Ministério da Educação). Censo da Educação Superior. Disponível em: <https://www.gov.br/inep/pt-br/assuntos/noticias/censo-da-educacao-superior/ensino-a-distancia-cresce-474-em-uma-decada>. Acesso em: 14 jun. 2024.
- MORAN, José Manuel. *O que é Educação a Distância*. Universidade de São Paulo, 2013. Disponível em: <https://moran.eca.usp.br/wp-content/uploads/2013/12/dist.pdf>. Acesso em: 2 jul. 2024.
- NÓBREGA, Laura Carolina O.; OLIVEIRA, Alvanir de. *Costura industrial: métodos e processos de modelagem para produção de vestuário*. SRV Editora Ltda, 2015. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788536520599/>. Acesso em: 21 jun. 2024.
- ONU. Organização das Nações Unidas Brasil. *ONU fará diagnóstico inédito sobre condições de trabalho de mulheres costureiras no Brasil*. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/177891-onu-far%C3%A1-diagn%C3%B3stico-in%C3%A9dito-sobre-condi%C3%A7%C3%B5es-de-trabalho-de-mulheres-costureiras-no-brasil>. Acesso em: 27 jun. 2024.
- SANCHES, Maria Celeste de Fátima. *Moda e projeto: estratégias metodológicas de design*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.
- SANTOS, Heloisa Helena de Oliveira. Docência e Planejamento de Cursos para as Áreas da Economia. *Revista Ensinar mode*, Florianópolis, Vol. 2, n. 1, 2018, p. 149-172. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5965/25944630212018149>. Acesso em: 1 jul. 2024.
- SILVA, Mary Aparecida. *Métodos e técnicas de pesquisa*. 2. ed. rev. atual. Curitiba: Ibpex, 2003.
- SVENDSEN, Lars. *Moda: uma filosofia*. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.
- YUNUS, M. *Criando um negócio social: como iniciativas economicamente viáveis podem solucionar os grandes problemas da sociedade*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- UNOPS. Escritório das Nações Unidas de Serviços para Projetos. *Mulheres na confecção: estudo sobre gênero e condições de trabalho da Indústria da Moda*. São Paulo, 2022. Disponível em: <https://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2022/09/2022-09-relatorio-mulheres-confeccao.pdf>. Acesso em: 22 jul. 2024.