*DESIGN THINKING* APLICADO A NOVAS FORMAS DE SE FAZER MÚSICA DURANTE A PANDEMIA E O ISOLAMENTO SOCIAL EM 2020[[1]](#footnote-1)

**Sylvia Couto Nunes[[2]](#footnote-2), Felipe A. Tonin Gomes[[3]](#footnote-3), Maria Collier de Mendonça[[4]](#footnote-4),**

**Richard Perassi[[5]](#footnote-5)**, **Luciane Maria Fadel[[6]](#footnote-6)** e **Francisco Fialho[[7]](#footnote-7)**

**Resumo**: Este artigo explora os ambientes virtuais na educação, abordando especificamente o ensino e a aprendizagem mediados pelas tecnologias da informação e comunicação durante o isolamento social na pandemia COVID-19. São relatadas três experiências envolvendo as mídias, o ensino, o aprendizado e a prática musical durante a pandemia. O primeiro entrevistado é um professor de música, o segundo é um gestor de uma escola de música e o terceiro é um integrante de uma banda musical amadora. Frente à situação pandêmica, jamais enfrentada pela sociedade da informação, a arte emerge em diversas manifestações, como uma possibilidade para amenizar os efeitos do isolamento social em 2020. Mais do que isso, aliada às mídias, torna-se uma oportunidade para mantermos e aprimorarmos a prática musical no contexto atual.

**Palavras-chave**: *design thinking*; mídias; educação musical; pandemia; isolamento social.

**1 – Introdução**

O ano de 2020 trouxe consigo a pandemia do Coronavírus. Os impactos da COVID-19 afetaram a sociedade mundial de formas sem precedentes, além de repentinas e abrangentes. Nesse contexto, a preocupação geral com a facilidade de contágio e as consequências da enfermidade levaram as pessoas a se comportarem, trabalharem e a se relacionarem diferentemente. Em virtude disso, uma série de restrições sociais surgiram e transformaram rapidamente os modos de convivência.

De acordo com Souza (2020), no dia 31 de dezembro de 2019, a Organização Mundial de Saúde (OMS) recebeu a notificação de casos de pneumonia na cidade de Wuhan, China, com suspeita de serem provocados por uma nova cepa de Coronavírus. Em seguida, no mês de janeiro de 2020, autoridades chinesas confirmaram a presença de um novo tipo de Coronavírus no país, que recebeu o nome de SARS-CoV-2. Em 30 de janeiro de 2020, a OMS emitiu uma alerta de emergência de saúde pública internacional informando a velocidade que o vírus estava se espalhando por vários continentes. Até que, em 11 de março de 2020, a instituição oficializou a COVID-19 como uma pandemia, de dimensões globais (MOREIRA; PINHEIRO, 2020).

A disseminação da COVID-19 ocorreu desde março 2020 no Brasil, gerando a necessidade de distanciamento social. Muitas atividades de comércio e serviços foram suspensas no primeiro momento. Em seguida, novos protocolos e formas de comercialização de produtos e serviços foram implementadas em diversos setores da economia. As mídias e, essencialmente, a internet, foram protagonistas dessas novas práticas comerciais. Escolas e universidades adotaram o sistema de ensino remoto emergencial. Supermercados e diferentes setores varejistas passaram a concentrar as vendas de produtos via internet. Lanchonetes e restaurantes concentraram-se nas entregas de refeições em domicílio, com pedidos por aplicativos. Muitos artistas passaram a se apresentar ao vivo nas redes sociais, sobretudo no *YouTube* e *Instagram*. Frente à nova realidade, o ensino e a prática musical também sofreram adaptações expressivas.

Conforme ressalta Brown (2010), o *Design Thinking* resolve problemas por meio do pensamento do *design*, atendendo às necessidades das pessoas de modos tecnologicamente e comercialmente viáveis, Segundo Brown (2010), muito empenho foi dedicado para melhorar as questões da colaboração remota. As videoconferências, inventadas nos anos 1960, só foram popularizadas quando as redes de telefonia digital se tornaram tecnicamente viáveis nos anos 1980. Recentemente, elas já podem ser consideradas meios eficazes para colaboração remota. Assim, um dos pontos fundamentais para a oferta do ensino musical remoto é a disponibilidade de uma rede tecnologicamente apta para transmissão do fluxo de dados.

Em virtude das medidas de distanciamento social durante a pandemia COVID-19, os três entrevistados relataram que buscaram adequar suas atividades musicais a plataformas que possibilitassem a colaboração remota. Pensando nessas atividades, buscaram plataformas que proporcionassem o compartilhamento de telas, áudio e vídeo sem atrasos nas transmissões e também com boa fidelidade sonora.

Convém ressaltar a pertinência deste trabalho à temática do Simpósio Nacional ABCIBER 2020 por se tratar de uma exploração de novas formas de se realizar atividades cotidianas, envolvendo as mídias e a virtualização da vida. Ainda que não possamos prever quando o distanciamento social terminará, é preciso buscar, testar e realizar um novo *modus operandi* não só para o ensino musical e a prática da música, mas também para várias atividades cotidianas envolvendo as mídias, a educação e a comunicação social.

**2 – Procedimentos metodológicos**

Esta pesquisa utilizou a metodologia qualitativa para explorar os modos como as pessoas estão aprendendo, ensinando e praticando atividades musicais durante o distanciamento social, decorrente das medidas de contenção da COVID-19. Para tanto, foram realizadas três entrevistas qualitativas, sendo elas com um professor de música, um gestor de escola musical e um músico amador.

Os objetivos específicos do estudo foram relatar as experiências dos três entrevistados. Ao longo das entrevistas, foram aplicadas duas ferramentas de *Design Thinking*: o desenho da persona e a jornada do usuário. Além disso, buscou-se também listar novas ideias e sugestões de uso do *Design Thinking* para se produzir, ensinar e praticar música durante a pandemia.

Devido às restrições impostas pelo distanciamento social, as entrevistas foram realizadas por meio de interações online, nos meses de setembro e outubro de 2020.

**3 – Referencial Teórico**

**3.1 *Design Thinking***

Segundo Luka (2014), no processo de *design* temos uma abordagem estruturada, onde são observados os desafios e recolhidas as informações, para que seja realizada a apuração das ideias e testes dessas possíveis soluções. O *Design Thinking* possibilita que profissionais busquem soluções através de um método exploratório, de natureza iterativa (BROWN, 2010). Assim as etapas exploratórias são sobrepostas e não lineares, onde um determinado *insight* pode levar a revisão de algum ponto já abordado. Segundo Brown:

Há pontos de partida e pontos de referência úteis ao longo do caminho, mas o continuum da inovação pode ser visto mais como um sistema de espaços que se sobrepõem do que como uma sequência de passos ordenados. Podemos pensar neles como a inspiração, o problema ou a oportunidade que motiva a busca por soluções; a idealização, o processo de gerar, desenvolver e testar ideias; e a implementação, o caminho que vai do estúdio de *design* ao mercado. (BROWN, 2010, p. 16)

Os passos assim seriam a Inspiração, correspondente ao problema ou oportunidade que motiva a busca por soluções; a Idealização, que corresponde ao processo de gerar, desenvolver e testar as ideias e a Implementação que compõe o caminho que conduz o *design* ao mercado (BROWN, 2010, p. 16).

A IDEO, empresa na qual Tim Brown é o Chief Executive Officer (CEO), disponibilizou o Kit *Design Thinking* para Educadores. Neste *kit* são apresentadas formas de aplicação desta metodologia para finalidades educacionais. “Como educador(a), você já age como designer todos os dias – enquanto encontra novas formas para ensinar um conteúdo de maneira mais efetiva.” (IDEO, 2012, p. 10). Assim, o processo de *design* coloca o *Design Thinking* em ação, como uma abordagem estruturada para se gerar e aprimorar ideias; enfatizando o desenvolvimento de várias possibilidades, por meio de movimentos abrangentes e divergentes, ao contrário de sequências lineares.

Neste trabalho demonstraremos como as ferramentas do *Design Thinking* podem ser extremamente valiosas no processo de inovação para gerar soluções para a prática musical, ensino remoto de música e a gestão de uma escola de música.

**3.2 Desenho da Persona**

O desenho da persona é uma ferramenta amplamente utilizada em projetos focados na compreensão de experiências e interações dos usuários com produtos e serviços. Como nos lembra Brown, o *Design Thinking* tem como principal proposta colocar as pessoas no centro do desenvolvimento de projetos (BROWN, 2010). Segundo Vianna *et al* (2012), as personas são personagens ficcionais, imaginários, construídas com base nos comportamentos observados dentre consumidores com perfis extremos. Traduzem motivações, desejos, expectativas e necessidades, que sintonizam características significativas dos públicos-alvo relevantes para os produtos e serviços das marcas e organizações.

Vale ressaltar que o processo de criação de uma persona é baseado em pesquisas prévias, geralmente qualitativas e etnográficas, nas quais busca-se compreender quem são e como se comportam os usuários; como também, quais são as suas frustrações, desejos e necessidades quanto aos produtos e serviços investigados.

**3.3 Mapa da Jornada do Usuário**

O Mapa da Jornada, para Liedtka e Ogilvie (2015), tem como proposta, a possibilidade de concentrar o foco nas necessidades do cliente. A ferramenta identifica uma descrição de necessidades não atendidas, agrupando as diferenças entre esses clientes, o que exalta e evidencia as oportunidades de melhoria. O cliente se torna um indivíduo com esperanças e desafios, que passam a ser relevantes.

Os relatos das experiências dos três entrevistados foram baseados no desenho da persona e no mapa da jornada de cada um deles. Para Liedka e Ogilvie (2015), o mapeamento da jornada oferece uma descrição convincente das necessidades não atendidas dos usuários. Logo, é uma maneira para se identificar necessidades reais, utilizando-se uma ferramenta visual que auxilia a organização das experiências pessoais.

**4 – Apresentação das personas e análise de resultados**

A impossibilidade de abertura de casas de *shows*, após a adoção de medidas restritivas para prevenção da disseminação do novo Coronavírus, levou muitos músicos a procurarem formas alternativas para manterem contato com o público. As *lives* e transmissões na internet entraram em voga logo no começo do isolamento social. Diversas reportagens jornalísticas evidenciaram a situação, como matéria da Folha de São Paulo em abril de 2020: “No Brasil, em especial, as *lives* viraram uma febre. Usando como medida a quantidade de acessos simultâneos, o país tem sete das dez maiores audiências do *YouTube* nas transmissões no mundo todo.” (BRÊDA, 2020). Entretanto, esta modalidade apresenta uma possibilidade de monetização direta bem pequena para aqueles artistas que não possuem uma ampla inserção no mercado, como os campeões de audiência acima citados. Segundo dados disponíveis na descrição online do Programa de Parcerias do *YouTube* (2020), para que as visualizações das *lives* possam ser monetizadas, um canal deve possuir alguns requisitos básicos como: ter mais de 4 mil horas de exibição públicas válidas nos últimos 12 meses e ter mais de mil inscritos. Estas limitações excluem artistas com alcance mais específico, como o músico de *Blues* e *Rythm and Blues*, Cristiano. Com a agenda de apresentações já estabelecida com alguma antecedência, viu os shows serem todos cancelados após março de 2020. Como relatado pelo mesmo, a remuneração obtida através das apresentações consiste em sua primordial fonte de recursos em períodos normais. A excepcionalidade da pandemia trouxe um desafio orçamentário que não havia sequer cogitado em momentos anteriores. Decidiu, então, buscar novas soluções para manter seus compromissos financeiros em dia. Como cita o músico:

Eu sempre fui muito questionado sobre aulas, mas nunca tinha centrado minha dedicação a essa tarefa. Então era muito sazonal, poucos alunos e sempre presencial. Recebia consulta de aulas à distância e nunca abri essa possibilidade. O motivo desse posicionamento é porque nunca tive o interesse na verdade de ser um músico professor, meu foco é performance. Mas logo que veio a pandemia entendi bem rápido que precisava migrar pra essa atividade pra manter minha renda mensal.

Cristiano possui uma formação acadêmica anterior na área tecnológica. Com pós graduação em Engenharia Elétrica, desenvolveu uma carreira acadêmica sólida, onde atuou como docente por dez anos. A carreira musical começou antes dos estudos de engenharia e o acompanhou desde então, cada vez tomando uma importância maior em sua vida até que decidiu dedicar suas atenções integralmente à música. Como relatado pelo músico:

Desde que encerrei a carreira acadêmica na engenharia estou em um processo de unir a vivência prática de tocar blues com a abordagem sistemática do estudo da guitarra. A pandemia foi a oportunidade pra acelerar um pouco mais esse processo e começar a colocar em prática com os alunos.

Aliando a experiência prévia que tinha como docente na área tecnológica e os estudos sistemáticos sobre guitarra que desenvolvia há anos, ofertou um curso de guitarra online. Procurando uma diferenciação em relação a outros profissionais, decidiu oferecer as aulas com foco na música negra americana, algo que, segundo o entrevistado, é sua especialidade. Novamente referenciando Brown (2010), sem restrições o *design* não pode ser criado, logo, o melhor *design* muitas vezes é projetado com limitações relativamente grandes.

Havia, portanto, uma oportunidade para a inovação que a pandemia havia imposto. Existia a necessidade do ensino, mas este agora deveria ocorrer de forma remota, visto as condições das restrições de contato pessoal.

A inovação não é algo que pode ser ligado e desligado como um interruptor de luz. Ideias revolucionárias levam mais tempo para germinar do que a maioria das recessões, exceto as mais longas e profundas, leva para passar” (BROWN, 2010, p. 164)

Desta forma, surgiu o formato de aulas online, ao vivo através de plataformas de comunicação como Skype, Zoom e Microsoft Teams. A escolha se deu por causa da funcionalidade de compartilhar arquivos e a tela do computador.

Um dos pontos fundamentais para a oferta do ensino musical remoto é a disponibilidade de uma rede tecnologicamente apta para transmissão do fluxo de dados. Para isso, aumentou a banda de internet para 50 megas de *download* com 15 megas de *upload*. Mesmo com uma conexão de dados adequada, uma questão ainda persiste no ensino remoto de guitarra. A latência, que é o atraso entre o envio de um sinal sonoro e seu recebimento pelo seu interlocutor, não possibilita que o professor toque junto com o aluno. O atraso gera uma confusão entre os instrumentos, que mesmo na ordem de milissegundos, já impossibilita a execução dos instrumentos simultaneamente.

Em um cômodo de sua casa reativou o estúdio e neste espaço instalou um *laptop* com uma *webcam*, com qualidade *Full HD*, posicionada de modo que possa utilizar a iluminação natural proveniente da janela e no lado oposto uma fonte de luz difusa para compensação. A captação de som é realizada com uma mesa de som, um microfone para captação da voz e o instrumento ligado diretamente à mesa. Assim o sinal sonoro é enviado mixado (voz e guitarra) para o computador.

Segundo Brown (2010), O *Design Thinking* começa com uma profunda empatia e compreensão das necessidades e motivações das pessoas - neste caso, os alunos, professores, pais, funcionários e administradores que fazem seu mundo cotidiano. O professor prepara as aulas especificamente para cada perfil de aluno, procurando entender as suas necessidades, e assim sugerir uma abordagem que tenha ênfase nas necessidades de cada indivíduo. Ainda para Brown (2010), a abordagem em *design* centrado no humano, mostra que a inovação juntamente com os negócios e a tecnologia também devem ser um fator relacionado às necessidades, comportamento e preferências humanas. O *design* centrado no humano vai utilizando a observação, captura *insights* inesperados e produz a inovação, que refletirão exatamente o que os consumidores querem.

Tabela 1 – Jornada do usuário - Cristiano

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | ANTES | DURANTE | DEPOIS |
| Ações | Rotina de apresentações | Reativar Home Studio e anunciar na internet | Horários destinados às aulas online preenchidos |
| Pensamentos | Meu foco não é dar aulas | Preciso manter minha renda mensal | Ensinando método sistemático de estudar guitarra |
| Sentimentos | Decisão definitiva | Pressão | Missão cumprida |
| Pontos Críticos |  | Preciso fazer algo que não havia planejado inicialmente | A preparação das aykas exige tempo e dedicação |
| Insights |  |  | Manter alguns alunos após pandemia para complementar renda |

Fonte: elaborada pelos autores.

O segundo entrevistado é diretor de uma escola de música. Júlio, 32 anos, sempre teve a música muito presente em sua vida por ser uma constante na casa da família de sua mãe. Ao conhecer o *rock* na adolescência, a música passou a ser essencial e determinante em seu cotidiano. Hesitou em se dedicar à música profissionalmente, mas na faculdade de música descobriu a educação musical como uma vocação. Antes de cursar Licenciatura em Música na UDESC em Florianópolis, fez graduação em Administração na UFMS em Campo Grande - MS. Professor de música desde 2013, atualmente é diretor musical em uma escola de música com sede nos Estados Unidos, parte de uma rede de franquias internacional. Normalmente as redes de franquias se caracterizam pela similaridade entre as diversas unidades. Conforme o site Portal do *Franchising*, franquia é um negócio cujo modelo de operação é copiado e transferido para outro ponto comercial com autorização de quem detém os direitos e criou aquele modelo inicial. (ABF, 2020).

Júlio toca em bandas de *rock* desde a adolescência e há sete anos toca na banda autoral Parafuso Silvestre, tendo realizado muitos shows e gravações neste projeto antes da Pandemia. Pretende realizar projetos interessantes com sua banda e as pessoas que trabalham com ela. Quer ajudar a criar um mercado cultural mais estruturado com uma realidade em que as pessoas possam atuar de forma profissional e se sustentem nestes trabalhos. Considera uma grande motivação pensar que, com sua atuação, ajuda a formar pessoas mais inteligentes e sensíveis. Almeja ainda trabalhar com desenho de quadrinhos no futuro.

Antes do início do distanciamento social, a escola, em atividade há um ano, estava em forte ritmo de expansão, realizando parcerias com outras duas escolas na cidade, além de conquistar novos alunos por meio de cursos de férias. Assim que se depararam com os primeiros sinais de pandemia, a franqueadora agiu muito rápido. Alguns dias antes das cidades brasileiras entrarem em quarentena, já tinham salas online no *Zoom*, um manual de boas práticas para aulas remotas e diretrizes para a transição para o modo remoto enviados pela matriz. Além disso, a mentalidade vigente na organização era de que isso poderia se estender por muito tempo.

Embora a transição não tenha sido tão traumática, relata estar enfrentando novas questões diárias que têm surgido na escola desde março 2020. Assim, o ensino remoto revelou-se uma oportunidade para se desenvolver e explorar outros aspectos como a teoria musical, a história e o contexto musical do repertório, como também a apreciação do repertório e de vídeos. Além disso, os estudantes e professores passaram a acessar outras ferramentas como o aplicativo da escola, instrumentos virtuais, recursos de gravação de áudio, a lousa digital e os PDFs dos livros didáticos.

No entanto, o maior desafio para este entrevistado foi encontrar uma solução virtual para organizar o show semestral da escola. O *show* de temporada é um dever das unidades e tem que ser grandioso e memorável, oferecendo o protagonismo aos alunos e promovendo a experiência *rock’n’roll*. O franqueador determina as diretrizes a serem seguidas, mas os detalhes ficam a cargo das escolas, que têm liberdade de criar em torno do conceito. A cada temporada, um tema norteia a escolha do repertório da escola. Durante meses, os elencos fazem imersões no tema e compõem um repertório, que é ensaiado e preparado para o show. Geralmente o evento acontece em bares, casas noturnas ou centros de eventos, nos quais todos alunos se apresentam. Essa atividade impulsiona o ensino focado na prática musical em grupo e na educação por projetos.

Esta escola de música foi inaugurada em outubro de 2019 em Florianópolis e o primeiro show de temporada estava marcado para 23 de março de 2020. Contudo, o evento teve de ser adiado e as atividades presenciais foram suspensas. Impossibilitados de realizar o evento conforme previsto, a equipe organizou uma *live* em 29 de agosto de 2020 como solução alternativa para substituí-lo. O show virtual, no formato de *live* foi uma iniciativa da unidade do Brooklyn-Campo Belo de São Paulo, uma vez a situação de distanciamento social se prolongou. A ideia foi desenvolvida também aqui em Florianópolis e em outras unidades e passou a ser a diretriz para a retomada dos *shows* de temporada em todas as escolas do Brasil.

Durante a quarentena, o programa *Remote* está substituindo as aulas presenciais. Neste sentido, futuramente se a escola decidir explorar mercados potenciais no exterior, poderá desenvolver conteúdos e produtos de ensino on-line. Ainda que a produção de clipes e gravações feitos remotamente possam continuar ocorrendo como atividades alternativas, não se pretende repetir os shows on-line após a pandemia, porque a escola considera os shows ao vivo essenciais para o aprendizado experimental dos estudantes.

Tabela 2 – Jornada do usuário - Julio

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | ANTES | DURANTE | DEPOIS |
| Ações | Gerencia escola de música com orientações da matriz | Implementa sugestões da matriz propondo adaptações à sua realidade | Planeja manter ações implementadas, mesmo com o fim da pandemia |
| Pensamentos | Importante sempre buscar novas parcerias para a escola | Já tive aulas de instrumentos remotas. É possível! | Que possamos retomar aulas presenciais em disseminar o vírus |
| Sentimentos | Ansiedade e insegurança | Medo da evasão | O show de temporada em forma de live exigiu mais dos alunos que o previsto |
| Pontos Críticos | Manter diretrizes da matriz | Atrasos na comunicação em atividades online (delay) | Atraso cronograma da preparação para live devido ao novo modo de ensinar |
| Insights | Parcerias com outras escolas propondo aulas em grupo | Senso de comunidade deve conter a evasão | Desafios do período estão formando uma equipe bem preparada |

Fonte: elaborada pelos autores.

O terceiro entrevistado foi André, músico amador e baterista de uma banda de *rock*. O músico de 47 anos é Graduado e Mestre em Engenharia de Alimentos e atua como Funcionário Público Federal. Sem filhos, mora com a esposa e uma *shi-tzu* chamada Janis Joplin, um ícone do *rock* clássico dos anos 70. Valoriza os momentos de lazer, tendo a música como *hobby,* o qual compartilha com a esposa, vocalista da banda. Bastante dedicado à família e amigos, convive muito com os irmãos, cunhados e sogros. Por ter uma personalidade um tanto objetiva e pragmática, busca na música uma maneira de tornar os dias mais lúdicos e leves.

Interessado desde sempre na arte da música, teve contato com o primeiro instrumento musical aos 04 anos, um piano na casa da madrinha. Com o passar dos anos, começou a tocar bateria e tinha a intenção de ter um estúdio em casa, o que realizou recentemente. Desde que finalizou a montagem do espaço, costumava ensaiar periodicamente no subsolo de sua residência. Com a necessidade de isolamento social na pandemia, André se deparou com a impossibilidade de prosseguir com esta prática.

Após a confirmação de que as restrições se estenderiam por algum tempo, os músicos começaram a fazer diferentes experimentos, durante as práticas individuais. Além das práticas em si, com base no repertório predefinido, começou a acontecer o compartilhamento de áudios entre os integrantes da banda, a fim de alinharem as opiniões e necessidades. Então, a ideia de cada músico fazer gravações de áudio e vídeo, junto à compilação e à edição dos vídeos caseiros surgiu, utilizando-se programas específicos para posteriores publicações. Desta forma, a banda permaneceu engajada e ativa, ainda que à distância.

Importante pontuar que sem o auxílio das mídias, os ensaios e interações da banda não poderiam estar acontecendo nesse momento. Inicialmente, os músicos escolhem cada música e decidem a versão a ser gravada com os demais integrantes via *WhatsApp*. Em seguida, cada participante grava sua parte. Então, são gerados um arquivo de áudio e outro de vídeo para futura sincronização. Estes são armazenados no *Google Drive* para todos acessarem. Depois disso, a sincronização e edição do vídeo são efetuadas no aplicativo *Filmora*, pelo baterista. Por fim, as gravações são publicadas em um canal do *YouTube* e também compartilhadas em outras redes sociais. A boa repercussão e a possibilidade de seguir tocando virtualmente com a banda incentivaram o baterista a continuar produzindo vídeos, mesmo após a relativa flexibilização do isolamento recentemente.

Tabela 3 – Jornada do usuário - André

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | ANTES | DURANTE | DEPOIS |
| Ações | Ensaios presenciais com a banda todos os domingos | Gravações de vídeos individuais para futura compilação | É possível fazer um trabalho legal e aprimorá-lo |
| Pensamentos | Precisamos renovar o repertório | Quero gravar uma nova música por semana | Satisfeito com os elogios nas redes sociais |
| Sentimentos | Se pudesse, eu viveria de música | Excitação com a possibilidade de gravar e publicar vídeos | Satisfação e orgulho |
| Pontos Críticos |  | Aguardar os demais integrantes gravarem suas partes | Falta de tempo para continuar o projeto após a retomada |
| Insights | Podemos gravar uns vídeos esporadicamente | Pesquisar no Youtube de pessoas que fazem vídeos colaborativos |  |

Fonte: elaborada pelos autores.

**5 – Considerações finais**

Com base nas entrevistas qualitativas, foi possível reportar as vivências, sentimentos e ações dos entrevistados perante o novo cenário de pandemia e distanciamento social. Além disso, identificou-se que é possível contar com ferramentas do *Design Thinking* para encontrar novos caminhos perante momentos críticos.

É possível considerar que, nos três casos estudados, foram evidenciadas inovadoras maneiras de realizar as atividades pesquisadas, as quais poderão ser mantidas no futuro. Em relação ao ensino musical, sugere-se a continuidade do uso de aplicativos para o aprendizado de instrumentos musicais, tais como *Yousician* e *Fender Play*. Sugere-se ainda a elaboração de cursos musicais online para vendas em plataformas como *Hotmart, Eduzz* e *Monetizze.*

Quanto à prática musical também se vislumbra uma nova realidade, na qual a interação nem sempre será pessoalmente, mas com o auxílio das diversas mídias e tecnologias disponíveis e cada vez mais desenvolvidas. Ensaios no estilo do *live*, utilizando plataformas de videoconferência tais como *Zoom Meetings, Skype* e *Microsoft Teams*.

Finalmente, consideramos este trabalho pertinente à temática do Simpósio Nacional ABCIBER 2020 por relatar novas formas de se realizar atividades cotidianas, envolvendo as mídias, os ambientes virtuais de aprendizagem e a virtualização da vida. Ainda que não seja possível prever quando a pandemia e o distanciamento social terminarão, é preciso buscar, testar e realizar um *novo modus operandi* não só para o ensino musical, mas também para várias atividades cotidianas envolvendo as mídias, a educação e a comunicação social.

**6 - Agradecimentos**

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

**7 – Referências bibliográficas**

ABF - Associação Brasileira de Franchising . Portal do Franchising**. O que é franquia e como funciona? Entenda ao pé da letra.** Disponível em: <https://www.portaldofranchising.com.br/franquias/o-que-e-franquia/>Acesso em: 25 nov. 2020.

BRÊDA, L.. **Músicos desbravam YouTube e se adaptam a regras e remuneração da internet.** Folha de S. Paulo, 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/04/musicos-desbravam-youtube-e-se-adaptam-a-regras-e-remuneracao-da-internet.shtml>. Acesso em 25 nov. 2020.

BROWN, T.. **Design Thinking: Uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias.** São Paulo: Elsevier Editora, 2010.

IDEO. **Design Thinking for Educators Toolkit.** Disponível em: <https://www.ideo.com/post/design-thinking-for-educators>, 2012.

LIEDTKA, J., & OGILVIE, T.. **A magia do design thinking: um kit de ferramentas para o crescimento rápido de sua empresa.** São Paulo: HSM, 2015.

LUKA, I.. **Design Thinking in Pedagogy” Journal of Education Culture Ad Society**. Letônia. Número 2, 2014. Disponível em: <http://nowadays.home.pl/JECS/data/documents/JECS=202014=20=282=29=2063.74.pdf>

Acesso em 19 nov. 2020.

MOREIRA A., & PINHEIRO, L. (2020). **OMS declara pandemia de coronavírus.** Portal G1, 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/03/11/oms-declara-pandemia-de-coronavirus.ghtml>. Acesso em: 20 mai. 2020.

SOUZA, D. O.. **A pandemia de COVID-19 para além das Ciências da Saúde: reflexões sobre sua determinação social.** Ciênc. saúde coletiva, Rio de Janeiro , v. 25, supl. 1, p. 2469-2477,2020. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232020006702469&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 30 nov. 2020.

VIANNA, M. *et al*. **Design Thinking: inovação em negócios.** Rio de Janeiro, MJV Press, 2012. 162 p. Disponível em:

<http://livrodesignthinking.com.br/livro_dt_MJV.pdf>. Acesso em 29 dez. 2020.

YOUTUBE. **Programa de Parcerias do YouTube: visão geral e qualificação***.* Ajuda do Youtube, 2020. Disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=pt-BR>. Acesso em 26 nov. 2020.

1. Artigo apresentado ao Eixo Temático 18. Ambientes Virtuais na Educação: ensino-aprendizagem em redes, do XIII Simpósio Nacional da ABCiber. [↑](#footnote-ref-1)
2. Especialista em Moda, Criação e Produção pelo Programa de pós-graduação da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). E-mail: [sylviacouto@gmail.com](mailto:sylviacouto@gmail.com). [↑](#footnote-ref-2)
3. Graduado em Cinema pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). E-mail: [felipe.tonin@ufsc.br](mailto:felipe.tonin@ufsc.br). [↑](#footnote-ref-3)
4. Pós-doutoranda PPGEGC, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e pesquisadora do grupo SIGMO/ CNPq UFSC. Bolsista CAPES/PNDP. Doutora em Comunicação e Semiótica (PUC-SP). E-mail: [mariacmendonca@gmail.com](mailto:mariacmendonca@gmail.com). [↑](#footnote-ref-4)
5. Professor PPGEGC, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e líder do grupo SIGMO/ CNPq UFSC. Doutor em Comunicação e Semiótica (PUC-SP). E-mail: [richard.perassi@gmail.com](mailto:richard.perassi@gmail.com). [↑](#footnote-ref-5)
6. Professora PPGEGC, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e pesquisadora do grupo HIPERLAB/ UFSC. Doutora em Tipografia (Universidade de Reading). E-mail: [liefadel@gmail.com](mailto:liefadel@gmail.com). [↑](#footnote-ref-6)
7. Professor PPGEGC, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e pesquisador do grupo SIGMO/ CNPq UFSC. Doutor em Engenharia de Produção e Engenharia do Conhecimento (UFSC). E-mail: [fapfialho@gmail.com](mailto:fapfialho@gmail.com). [↑](#footnote-ref-7)