

ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS E AÇÕES DE INTERNACIONALIZAÇÃO NO ENSINO SUPERIOR E SUA INTERFACE NA SOCIEDADE

 <https://doi.org/10.56238/arev6n4-315>

Data de submissão: 19/11/2024

Data de publicação: 19/12/2024

Josely Cristiane Rosa

Doutora em Desenvolvimento Regional pela Fundação Universidade Regional de Blumenau
E-mail: jo.rosa@unifebe.edu.br

Marcia Regina Selpa Heinze

Doutora em Educação pela Universidade Estadual de Campinas
E-mail: selpa@furb.br

Edinéia Pereira da Silva

Doutora em História pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
E-mail: edineia@unifebe.edu.br

Sidnei Gripa

Doutor em Ciências Contábeis e Administração pela Fundação Universidade Regional de Blumenau
E-mail: gripa@unifebe.edu.br

Madalena Pereira da Silva

Doutora em Engenharia e Gestão do Conhecimento pela Universidade Federal de Santa Catarina
E-mail: prof.madalena@uniplaclages.edu.br, madalenapereiradasilva@gmail.com

RESUMO

O artigo em pauta é um recorte de pesquisa desenvolvido em estágio pós-doutoral, e tem como objetivo identificar estratégias e ações de internacionalização desenvolvidas no âmbito do Curso de Design de Moda do Centro Universitário de Brusque – UNIFEBE (SC). Para isso, utilizou-se conceitos sobre os Sentidos da Mobilidade e o Novo Paradigma da Mobilidade, levando a repensar o papel da mobilidade na estruturação e experiência da sociedade atual. Em relação à Internacionalização, destacou-se os conceitos e reflexões sobre a Internacionalização At Home e a Internacionalização do Currículo (IoC). Do ponto de vista metodológico, a pesquisa caracterizou-se em qualitativa e de caráter exploratório-descritivo. Os dados analisados contemplaram as estratégias e ações realizadas pelo Curso de Design de Moda registradas em arquivos de domínio público, no período de 2020 a 2024. Os resultados evidenciaram inovação curricular no curso de Design de Moda, contemplando em seu currículo, estratégias e ações que aprofundam o processo da internacionalização, como a mobilidade acadêmica e a internacionalização at home (IaH).

Palavras-chave: Internacionalização na Educação Superior, Sentidos da Mobilidade, Design de Moda, Currículo, Sociedade.

1 ASPECTOS INTRODUTÓRIOS

A internacionalização da Educação Superior (ES) tem sido tema central de muitos encontros e discussões em diferentes áreas de estudos. Segundo Morosini (2017), organismos internacionais, assim como a UNESCO, o Banco Mundial e demais governos tem inserido a educação superior em sua pauta como uma estratégia de equilíbrio entre os países. Nesse contexto, a internacionalização da ES tem assumido uma forma de promoção da cidadania global, em prol de um desenvolvimento sustentável e ao bem viver individual e coletivo do ser humano (Morosini, 2019).

De acordo com a autora, a internacionalização da educação superior pode assumir diferentes formas, como a mobilidade estudantil e docente, a cooperação acadêmica e científica, a oferta de cursos em línguas estrangeiras e a criação de programas de intercâmbio e parcerias internacionais. Estas iniciativas podem contribuir para a formação de profissionais mais preparados para atuar num contexto global, além de permitir o intercâmbio de conhecimentos e a troca de experiências entre instituições de ensino de diferentes países.

Morosini (2014) também destaca a importância de uma abordagem crítica e reflexiva em relação à internacionalização da educação superior, que considera não apenas os benefícios, mas também os desafios e limitações desse processo. A autora argumenta que é fundamental promover uma internacionalização responsável e consciente, que leve em conta as diferenças culturais, sociais e encorajadoras entre os países e que estejam comprometidos com a promoção da equidade e da justiça social.

Considera-se que o processo de internacionalização vai muito além da mobilidade territorial de estudantes e professores. Se refere a colaboração entre pesquisadores, ao incentivo de uma educação transfronteiriça, a internacionalização ‘em casa’ e a políticas institucionais globais (Stallivieri, 2002, p. 30). Neste contexto, um dos desafios do ensino superior é pensar currículos inovadores que permeiem a Internacionalização e a Interculturalidade. Os currículos universitários devem incluir uma perspectiva global que aborde questões, problemas e desafios globais relevantes para as diversas áreas do conhecimento, de forma a integrar a dimensão internacional em todas as disciplinas e atividades acadêmicas. A abordagem multidisciplinar, a cooperação com instituições estrangeiras e a aprendizagem experiencial são algumas estratégias para um currículo universitário na perspectiva da Internacionalização e a Interculturalidade.

Diante do contexto apresentando, objetivo geral da pesquisa consistiu em identificar estratégias e ações de Internacionalização desenvolvidas no Curso de Design de Moda do Centro Universitário de Brusque – UNIFEDE, no período de 2020 a 2024. Para o alcance do objetivo proposto, a pesquisa

verificou a relação entre o paradigma das novas mobilidades e a internacionalização da educação, à luz das reflexões dos principais teóricos sobre o tema.

Os principais conceitos evidenciados nos estudos teóricos envolveram os ‘Sentidos da Mobilidade’ apresentado pelo sociólogo britânico John Urry (2000, 2003, 2006, 2007, 2010) e o geógrafo Tim Cresswell (2006, 2009, 2011). Outro conceito, diz respeito ao ‘Novo Paradigma da Mobilidade’, no qual Sheller (2006) e Elliott (2010) apontaram a existência de novas formas de deslocamento, levando a repensar o papel da mobilidade na estruturação e experiência da sociedade atual.

Em relação à Internacionalização, destacaram-se as autoras Morosini (2014, 2017 e 2019), Knight (2012 e 2020) e Leask (2015). Morosini comprehende que a internacionalização da educação superior pode assumir diferentes formas, como a mobilidade estudantil e docente, a cooperação acadêmica e científica, a oferta de cursos em línguas estrangeiras e a criação de programas de intercâmbio e parcerias internacionais. Por sua vez, Knight traz o conceito de ‘Internacionalização *At Home*’. Em seus trabalhos, a autora destaca a importância da internacionalização em casa como uma estratégia complementar à mobilidade internacional, capaz de promover a formação de estudantes globalmente competentes dentro do próprio ambiente acadêmico. Leask (2015) explana sobre a internacionalização do currículo, que consiste na incorporação das dimensões internacional, intercultural e/ou global no conteúdo do currículo.

Do ponto de vista metodológico, a pesquisa foi caracterizada em qualitativa e de caráter exploratório-descritivo. Os dados coletados contemplaram as estratégias e ações realizadas pelo Curso de Design de Moda registradas em domínio público, no período de 2020 a 2024. A coleta de dados envolveu a análise de documentos, publicações e outras fontes disponíveis em domínio público. Isso garante que as informações são verificáveis e acessíveis, proporcionando uma base sólida para as conclusões da pesquisa. O intervalo de tempo permitiu observar mudanças e desenvolvimentos recentes, capturando a resposta do curso a eventos significativos, como a pandemia de COVID-19 e a adaptação às novas demandas do mercado de moda.

A contribuição da pesquisa constitui em um aprofundamento teórico e empírico sobre a internacionalização da educação superior, considerando especificamente, o curso de bacharelado em Design de Moda. Entende-se também que, a realização de uma pesquisa nesse campo pode ser justificada com base na importância social e econômica, como também de intercâmbio de conhecimentos, ideias e culturas entre diferentes países, enriquecendo a formação dos estudantes e promovendo a compreensão intercultural.

Considera-se, portanto que, a internacionalização da educação superior tem implicações profundas na sociedade, influenciando a formação de cidadãos, o desenvolvimento econômico, a inovação, a colaboração global e a difusão do conhecimento. Essa abordagem contribui para a construção de sociedades mais interconectadas e preparadas para os desafios do mundo contemporâneo.

2 OS SENTIDOS DA MOBILIDADE

Considerando que a mobilidade abrange as relações sociais entre pessoas e lugares, potencializando a interação humana, torna-se essencial estabelecer um diálogo entre os diversos sentidos da mobilidade, isto é, entre os seus aspectos físicos e subjetivos. Para essa dialética, alguns teóricos são evocados, entre eles o sociólogo britânico John Urry (2000, 2003, 2006, 2007, 2010) e o geógrafo Tim Cresswell (2006, 2009, 2011). ‘Virada da Mobilidade’ e ‘Sociologia da Mobilidade’ refletem uma renovação dos debates acerca das temáticas da circulação e dos deslocamentos, a partir da difusão de conceitos e métodos que fazem parte de um novo ‘Paradigma das Novas Mobilidades’.

Estes autores vão além dos campos de estudos tradicionais para reposicionar o conceito de mobilidade no centro da teoria social, no qual o movimento deixa de ser apenas um evento transitório, vazio e abstrato, desvinculado da construção de identidades e de diferentes formas de convívio. O deslocamento passa a ser entendido como um evento que envolve narrativas, capacidades, moralidades e estéticas (Cresswell, 2011). A mobilidade expande seus sentidos e significados e adentra as discussões sobre incorporação, emoções e sentimentos, afetos, gênero, política, ritmo, quietude, encontro, redes, governamentalidade, escala, lugar, biopolítica, exclusão, ética, mobilidades banais e mundanas e muito mais (Merriman, 2012).

Desta forma, analisar a mobilidade é ir além do seu caráter etimológico: do latim *mobilitate*, propriedade do que é móvel ou do que obedece às leis do movimento. É necessário considerá-la uma expressão da humanidade, uma vez que “combina o movimento (de pessoas, de coisas, de ideias) com os significados e as narrativas que os circundam” (Cresswell, 2009, p. 25).

Nesse contexto, atenta-se para a análise do conceito de mobilidade ser multidimensional, permitindo abranger uma multiplicidade de fenômenos sociais. A mobilidade passou a ser considerada um fenômeno expressivo da sociedade atual (Cresswell, 2006; Urry, 2007; Bauman, 2007; Orfeul, 2008), ultrapassando as dimensões físicas, corporais e econômicas. Carregando consigo ideias como progresso, liberdade, oportunidade, modernidade (Cresswell, 2006), a mobilidade se apresenta como uma das questões que perpassam o cenário presente.

Novas mobilidades expressam as possibilidades de movimento e suas implicações sociais, entre as quais está a migração de refugiados e sem teto, as viagens profissionais e de negócios, excursões de estudantes, mobilidade de forças militares, viagens de turismo etc. (Urry, 2007). Essas formas de mobilidade revelam diferentes formas de relacionamento com o lugar. Esse fato permite pensar a dimensão da mobilidade enquanto componente da própria vida social, uma vez que envolve as dimensões cultural, afetiva, imaginária, espacial e individual (URRY, 2007).

É nesse sentido, que o mundo contemporâneo inaugura a ideia de um *Novo Paradigma da Mobilidade*¹. (Sheller; Urry, 2006), uma vez que aponta a existência de novas formas de deslocamento, do aumento de fluxos, de um alargamento das redes e conexões, levando a repensar o papel da mobilidade na estruturação e experiência da sociedade atual (Cresswell, 2006).

O paradigma das novas mobilidades está associado ao crescente acesso às tecnologias de transporte e de comunicação, com a desmaterialização das conexões resultante do surgimento de novos aparelhos tecnológicos tais como *I-pods*, celulares, *laptops*, etc. (Urry, 2007). Todo esse aparato implica em novas combinações de presença e ausência na sociedade, interpretando a ‘vida em movimento’ – *mobile lives* (Elliott; Urry, 2010).

Desta forma, a categoria mobilidade é motivada pelas novas espacialidades e temporalidades, as quais constituem e são constituídas pelo afeto da tecnologia no dia a dia dos indivíduos. Este é o momento, no qual a mobilidade se impõe como *paradigma*, ou seja, para uma análise complexa das relações sociais e de poder, visto que os crescentes fluxos de pessoas, mercadorias, ideias e informação criam uma dialética entre tecnologia e vida social, ou ainda, uma complexa interseção entre mobilidades e imobilidades.

Portanto, nesse “[...] novo século no qual a mobilidade é um tema central” (Urry, 2007, p. 18), o paradigma da mobilidade está apoiado no fato de que o tempo, as redes, a comunicação, a informação e os demais aspectos são elementos presentes na vida da sociedade atual e, portanto, merecem ser estudados enquanto mobilidades e suas relações com a vida social.

De maneira geral, o paradigma das novas mobilidades considera as diferentes mobilidades como uma categorização, na qual as relações devem ser vistas como uma forma de conexão. Urry (2007) ressalta que o paradigma pode ser associado ao crescente acesso tanto às tecnologias de transporte, quanto às de comunicação, redefinindo as relações entre o tempo e o espaço de modo dinâmico, considerando que muitas conexões com pessoas e grupos sociais não estão baseadas apenas

¹ Ao falar de um *novo paradigma* atenta-se ao fato da existência de um *velho paradigma*. Ultrapassar o *velho paradigma* requer uma leitura da mobilidade não mais como um mero número de fluxos casa-trabalho ou campo-cidade, mas sim um dos fenômenos sociais mais importantes e complexos da contemporaneidade.

na proximidade (indo além dos capitais econômicos, culturais, sociais e simbólicos, incluindo o capital de rede). Acrescenta-se ainda que, nos alicerces deste novo paradigma está o reconhecimento de um *mobility turn*, caracterizado como uma forma diferente de pensar as relações econômicas, sociais e políticas.

Este novo olhar estaria se “espalhando nas e através das ciências sociais, pondo em movimento análises que foram historicamente estáticas, fixas e preocupadas predominantemente com ‘estruturas sociais’ a-espaciais” (Urry, 2007, p. 6). Mais taxativamente, assume-se que “os fenômenos sociais mais importantes só serão satisfatoriamente analisados se eles forem colocados ‘em movimento’ (*mobilized*)” (Urry, 2007, p. 7).

A mobilidade física e virtual é concebida como uma forma de aprendizagem, de desconstrução das identidades rígidas, essencialistas (Massey, 2008), que suscita a criação de novas formas de associação e novas formas de viver (Módenes, 2008). É também considerada uma experiência complexa, que articula e discute as formas de distribuição do poder e de organização social vinculada ao movimento. Compreende-se que o movimento é feito de tempo e espaço, ou seja, é a espacialização do tempo e a temporalização do espaço. Portanto, a mobilidade é também parte do processo de produção social do tempo e do espaço, mantendo sempre uma relação com a história, o corpo, o poder e a escala (Cresswell, 2006).

Ao estender o conceito de mobilidade para uma gama variada de fenômenos sociais (Cresswell, 2006) e na articulação de um *new mobilities paradigm* (Sheller; Urry, 2006; Urry, 2007), há o entendimento da emergência do *homo mobilis*, na qual a mobilidade é um atributo dos indivíduos contemporâneos (Amar, 2010). Este movimento (deslocamento de pessoas e de coisas, em todo o mundo e em todas as escalas) é carregado de significados (Cresswell, 2006), imprimindo à mobilidade ser sempre geográfica e central para a experiência humana do mundo (Merriman, 2012).

No contexto do *new mobilities paradigm*, o processo de internacionalização e interculturalidade no ensino superior ganha uma nova dimensão. Este paradigma, que enfatiza a interconexão e a interdependência global, destaca a importância de um sistema educacional que promova o conhecimento direto e o respeito pela diversidade cultural. Conforme Stallivieri (2002, p. 03), a internacionalização deve permitir o entendimento e o respeito pela multiplicidade de valores e a tolerância entre os povos.

Diante de um mundo cada vez mais interligado, as instituições de ensino superior são desafiadas a adaptar suas estratégias de internacionalização para não apenas facilitar a mobilidade acadêmica, mas também para fomentar uma compreensão profunda das diferentes culturas. Isso inclui

a implementação de programas de intercâmbio, parcerias internacionais e currículos que integrem perspectivas globais.

3 A INTERNACIONALIZAÇÃO DA EDUCAÇÃO SUPERIOR (ES)

Indo muito além da mobilidade territorial de estudantes e professores, a internacionalização da educação superior, se refere a colaboração entre pesquisadores, ao incentivo de uma educação transfronteiriça, a internacionalização ‘em casa’ e a políticas institucionais globais (Stallivieri 2002, p. 30). Sobre esse aspecto, Knight (2020) apresenta a amplitude da internacionalização em três dimensões: internacional, intercultural e global.

Conforme a autora, a dimensão *internacional* se refere as relações entre nações, culturas ou países. Essa dimensão é ampliada ao entendimento também do relacionamento com a diversidade de culturas existentes dentro de países, comunidades, instituições e salas de aula. Por sua vez, *intercultural* se refere aos aspectos da diversidade cultural. E, por fim, a dimensão *global* se refere a acepção de escopo mundial. Destaca-se que estas três dimensões se complementam, sendo que integrados (juntos), ampliam e aprofundam o processo da internacionalização.

Afinal de contas, o que é a internacionalização da educação superior? Primeiramente, vale destacar que a internacionalização não é um fim em si mesmo, mas um meio, uma ferramenta, uma estratégia e um processo. Neste aspecto, Knight (2012) elaborou cinco princípios que esclarecem o conceito e a prática de internacionalização nas Instituições de Educação Superior, a saber: (i) a internacionalização respeita e complementa a dimensão local; (ii) A internacionalização se adapta ao perfil de cada instituição ou país; (iii) no processo de internacionalização há benefícios, assim como, riscos e consequências não intencionadas; (iv) a internacionalização não é um fim em si mesmo; e, por fim (v) a globalização e internacionalização são diferentes, mas estão associadas.

Compreende-se, portanto, que a internacionalização da educação superior é um processo que envolve a promoção de uma dimensão global na educação, na pesquisa e na extensão, visando a construção de uma sociedade globalmente competente, ampliando o seu processo para o desenvolvimento sustentável. Ademais, pode-se citar que o processo de internacionalização na educação superior inclui diversas atividades, tais como: (i) mobilidade internacional de estudantes, professores e investigadores; (ii) cooperação acadêmica internacional, incluindo parcerias para pesquisa e desenvolvimento de projetos conjuntos; (iii) inclusão de conteúdo internacional nos currículos, na pesquisa e também na extensão; (iv) desenvolvimento de competências interculturais nos estudantes e na comunidade acadêmica; (v) promoção da diversidade cultural e da inclusão na educação superior; (vi) internacionalização da gestão e governança das instituições de ensino superior.

Um conceito muito difundido no contexto da internacionalização da Educação Superior é a ‘Internacionalização *At Home*’. Um dos autores que é frequentemente citado nesse contexto é Knight (2020), pesquisadora canadense especializada em internacionalização da educação superior. Em seus trabalhos, Knight (2020) destaca a importância da internacionalização em casa como uma estratégia complementar à mobilidade internacional, capaz de promover a formação de estudantes globalmente competentes dentro do próprio ambiente acadêmico. Segundo a autora, as estratégias da internacionalização *at home*, incluem a “dimensão intercultural e internacional no processo de ensino/aprendizagem, pesquisa, atividades extracurriculares, relações com grupos culturais e étnicos locais da comunidade bem como a integração de estudantes e docentes estrangeiros na vida e nas atividades do *campus*” (2020, p. 32).

De modo geral, a internacionalização em casa é utilizada para descrever estratégias de internacionalização da educação superior que buscam promover a diversidade cultural e o desenvolvimento de competências globais nos estudantes sem necessidade de mobilidade internacional. Essa abordagem busca trazer a internacionalização para dentro da sala de aula, por meio de iniciativas como a inclusão de conteúdos internacionais nos currículos, a promoção de eventos e atividades com temáticas globais, a oferta de aulas em línguas estrangeiras e a integração de estudantes estrangeiros nas atividades acadêmicas.

Dessa forma, a internacionalização em casa busca democratizar o acesso à internacionalização, permitindo que estudantes que não tenham condições de participar de programas de mobilidade internacional possam ter contato com outras culturas e desenvolver competências globais dentro do próprio ambiente acadêmico.

Outro autor que também contribui para o desenvolvimento da internacionalização ‘em casa’, que é uma das principais referências na área de competências interculturais é Deardorff (2006). Uma das questões apontadas pelo autor é a compreensão crescente, tanto dos discentes quanto dos docentes, sobre as questões internacionais e globais, além de uma capacitação intercultural, mesmo que estes nunca saiam de sua comunidade/localidade ou país. A autora explica que as competências interculturais são habilidades essenciais para a vida em uma sociedade globalizada e multicultural e que devem ser treinadas desde a educação básica até a educação superior.

De modo especial e, em consonância com a presente pesquisa, a Internacionalização do Currículo (IoC) surge como uma estratégia (abordagem pedagógica de ensino e aprendizagem), “que visa proporcionar a todos os estudantes, dentro do próprio campus, a capacitação para atuar em uma sociedade globalizada e multifacetada com autonomia e consciência de sua cidadania” (Marcelino et. al., 2019, p. 592). Leask (2015, p. 9) acrescenta que, a internacionalização do currículo é designada

como “a incorporação das dimensões internacional, intercultural e/ou global nos conteúdos curriculares assim como nos resultados de aprendizagem, avaliações, métodos de ensino e serviços de apoio de um programa de estudos.” Destaca-se, portanto que, a Internacionalização do Currículo (IoC) está conectada às políticas e às práticas institucionais, ou seja, na abordagem pedagógica de ensino e aprendizagem dos acadêmicos.

Entende-se que, “[...] a discussão da IoC por programa ou por curso ainda é bastante incipiente, e as iniciativas registradas no Brasil ainda são bastante raras” (Stallivieri, 2016, p. 7). Autores como De Wit, Gacel-Ávila e Jones (2017) argumentam que a internacionalização do ensino superior, muitas vezes é direcionada por motivações econômicas e por uma certa competitividade.

Portanto, torna-se relevante analisar (e promover) experiências que buscam, de uma maneira proposital, desenvolver perspectivas internacionais e interculturais nos acadêmicos. Nesse sentido, observa-se que a internacionalização do currículo surge como uma alternativa para desenvolver a internacionalização da educação superior de forma acessível a todos. De acordo com Silva (2022, p. 56), “a internacionalização do currículo torna-se também uma questão de equidade, assim como de necessidade no contexto brasileiro, em que a minoria dos alunos tem a oportunidade de realizar intercâmbios, mobilidade virtual ou ter experiências educacionais fora do país”.

4 DELINEAMENTOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA

Do ponto de vista metodológico, a pesquisa apresentou uma abordagem qualitativa (Minayo, 2013; Vieira; Zouain, 2005; Zanelli; 2002), de caráter exploratório e descritivo (Beuren, 2004). A abordagem qualitativa de pesquisa é aqui entendida como aquela que se ocupa do nível subjetivo e relacional da realidade social e é tratado por meio da história, do universo, dos significados, dos motivos, das crenças, dos valores e das atitudes dos atores sociais (Minayo, 2013).

As pesquisas tipificadas em exploratória-descritivas empregam as duas metodologias no mesmo trabalho. A pesquisa exploratória é realizada quando determinado tema é pouco explorado, de difícil estabelecimento de hipóteses precisas e pesquisáveis, necessitando maior aprofundamento do conhecimento da realidade do evento pesquisado. A pesquisa descritiva tem como objetivo identificar ou obter informações sobre determinada questão, descrevendo o comportamento dos fatos ou fenômenos, delineando características ou estabelecendo relações entre as variáveis (Beuren, 2004).

Quanto aos procedimentos técnicos, a pesquisa foi classificada em documental (Gil, 2017). Os dados documentais contemplaram as estratégias e ações realizadas pelo Curso de Design de Moda registradas em domínio público (*Instagram* e *site* institucional), no período de 2020 a 2024. Sobre este aspecto, atenta-se que, de acordo com a Resolução do CNS nº. 510 de 2016 (Sistema CEP/Conep, II),

não são registradas e apreciadas, pesquisas que utilizem informações de acesso público, nos termos da Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011. Portanto, postagens do *Instagram* são de domínio público, não passando assim, por apreciação do Sistema CEP/Conep.

5 ANÁLISE DOS RESULTADOS

De acordo com o Projeto Pedagógico do Curso de Design de Moda da UNIFEPE, a criação do curso objetivou atender a demanda do mercado local e regional e, consequentemente, nacional, levando-se em consideração atividades voltadas à pesquisa e desenvolvimento de produtos do vestuário, *homewear*, calçados, acessórios, e serviços, e que englobam áreas diversas, tais como as de cultura e comunicação de moda, tecnologia aplicada, e design e gestão de moda (Unifebe, 2021).

Tendo ciência que o cenário catarinense tem sido muito positivo para as profissões voltadas para a moda e que a relação das empresas com a educação e com disciplinas próprias do contexto acadêmico tende a ser cada vez mais estreita e necessária, o Curso de Design de Moda foi criado em 2003, com o objetivo de “proporcionar uma formação profissional, técnica e científica, que prepare e instrumentalize para a prática ética, o pensamento reflexivo e a sensibilidade artística na área do design de moda.” (Unifebe, 2021, p. 43).

Destaca-se que a Internacionalização do curso de Design de Moda está relacionada, principalmente, às atividades de ensino e extensão. Alicerçada nas diretrizes de uma formação humana, cidadã e solidária, na articulação entre extensão, ensino, pesquisa e sociedade, o curso de Design de Moda objetiva, por meio de um processo interdisciplinar – aproximando o acadêmico da realidade social, cultural, política e econômica –, a formação integral do discente. Nesse contexto, a partir da análise dos materiais encontrados em arquivos de domínio público, no período de 2020 a 2024, a pesquisa apontou algumas estratégias e ações de internacionalização no curso de Design de Moda.

Primeiramente, destacaram-se as ações de internacionalização *at home*. Sobre esse aspecto, entende-se que a internacionalização *at home* são atividades que preparam os acadêmicos com as competências globais necessárias para as sociedades interligadas e diversificadas (Agnew; Kahn, 2017), sem a necessidade de mobilidade geográfica para outros países. O Quadro 1 a seguir, apresenta as principais ações de internacionalização *at home* no período destacado:

Quadro 1: Principais ações de internacionalização *at home*

ANO	ESTRATÉGIAS E AÇÕES	DESCRÍÇÃO
2021	Mobilidade virtual entre os professores	Parceria entre a IES e a <i>Universidad San Ignacio – USIL</i> (Peru).
2022	Parceria com o Laboratório de Cidadania e Educação em Direitos Humanos – LACEDH	Criação e confecção de roupas para o Coral Indígena <i>Mborai V'y'a</i> , do Povo <i>Mbyá-Guarani</i> , Terra Indígena <i>Tekoá V'y'a</i> , do município de Major Gercino- SC.

2022	Movimento Global Fashion Revolution	Participação e desenvolvimento de atividades relacionadas aos princípios do Movimento Global Fashion Revolution.
2023	Ação de Ensino – Moda & Negócios: o mercado é a pauta	Bate-papo com estilistas do Canadá e Estados Unidos.
2023	Movimento Global Fashion Revolution	Participação e desenvolvimento de atividades relacionadas aos princípios do Movimento Global Fashion Revolution.
2024	Ação de Ensino – Moda & Negócios: o mercado é a pauta	Bate-papo com estilistas do Canadá e Estados Unidos sobre carreiras de moda internacional, criatividade e empreendedorismo.
2024	Interculturalidade	Visita de estudos ao Centro Cultural Bento Silvério, em Florianópolis/SC.
2024	Interculturalidade	Trajes para realeza da Festa da Integração de Guabiruba/SC.
2024	Interculturalidade	Participação no Desfile das Costureiras e Costureiros de Brusque e Região/SC
2024	Interculturalidade	Criação de trajes típicos para o grupo folclórico de dança alemã da Escola de Educação Fundamental Paquetá de Brusque/SC.
2024	Parceira com a Confraria das Bordadeiras	Componente Curricular de Projeto de Moda Participação na II Bi-semana de Arte e Cultura
2024	Interculturalidade	Criação de trajes típicos para a Fenarreco. Participação no desfile da 37.ª Fenarreco.
2024	Movimento Global Fashion Revolution	Participação e desenvolvimento de atividades relacionadas aos princípios do Movimento Global Fashion Revolution.

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Uma das ações de internacionalização *at home* identificada foi a parceria entre a IES e a *Universidad San Ignacio* – USIL (Peru). Em 2021, o curso de Design de Moda em conjunto com o curso de Arte e Design (USIL), se uniram para fazer a mobilidade virtual entre os professores. Em sala, num primeiro momento, uma das professoras do curso de Design de Moda (Doutora em Antropologia com ênfase em Moda e Comportamento) fez a apresentação de sua pesquisa de tese de doutorado para os acadêmicos do curso de Arte e Design da USIL. No segundo momento, o professor da USIL fez uma apresentação sobre a ‘Investigação dentro dos Ambientes Virtuais’.

Neste contexto, considerou-se que a mobilidade virtual como uma das ações que promoveu a internacionalização *at home*, sem a necessidade de mobilidade física dos estudantes. Em outras palavras, buscou-se criar um ambiente internacional e intercultural dentro da própria instituição, ampliando as oportunidades de aprendizado e de experiências internacionais para todos os estudantes, independentemente de eles participarem de programas de intercâmbio ou não. Atenta-se ao fato também de que a internacionalização *at home* considera que nem todos os estudantes, professores ou funcionários têm a oportunidade ou a capacidade de se envolverem em programas de mobilidade internacional, seja devido a restrições financeiras, familiares ou outros compromissos pessoais.

Portanto, a internacionalização em casa visa oferecer uma experiência internacional e intercultural rica, dentro do ambiente acadêmico existente.

Outra ação de internacionalização *at home*, identificada no curso de Design de Moda está relacionada ao projeto denominado ‘Moda & Negócios: o mercado é a pauta’. Trata-se de uma interação com especialistas nas mais diversas áreas da moda, com o objetivo de apresentar e aproximar os estudantes das atividades e métodos de um *designer* de moda atuante no exterior. Um exemplo desta ação foi um bate-papo realizado em 2023 e 2004. Na ocasião, os acadêmicos conversaram com especialistas do Canadá e dos Estados Unidos sobre a os desafios e a carreira do *designer* de moda.

Desta forma, a atividade de ensino ‘Moda & Negócios: o mercado é a pauta’, evidencia a busca por um currículo internacionalizado, que incorpore perspectivas globais, interculturais e internacionais nos planos de estudo e nas práticas de ensino, a fim de preparar os estudantes para atuar em um mundo cada vez mais interconectado e diversificado. Um aspecto importante de um currículo internacionalizado é a possibilidade de o acadêmico desenvolver estudos comparativos, ou seja, a exploração comparativa de diferentes culturas, sistemas educacionais, mercado de trabalho, sociedade etc. Os estudantes são incentivados a analisar semelhanças e diferenças entre diferentes regiões do mundo, desenvolvendo uma compreensão mais ampla e crítica das questões globais.

Umas das estratégias na Internacionalização *at home* citada por Knight (2020) é o vínculo com grupos culturais/étnicos situados na comunidade. Nesse sentido, observou-se que em 2022, em parceria com o Laboratório de Cidadania e Educação em Direitos Humanos – LACEDH, os acadêmicos do Curso de Design de Moda, por meio do Composé – Escritório de Moda e Vestuário, desenvolveram as roupas para o Coral Indígena *Mborai Vy'a*, do Povo Mbyá-Guarani, Terra Indígena Tekoá Vy'a, do município de Major Gercino- SC. Os registros apontam que as roupas foram criadas após uma visita *in loco* para entender a simbologia cultural das vestimentas e de suas cores.

A interculturalidade da educação também esteve presente em outras ações realizadas pelo curso em 2024, como a Visita de estudos ao Centro Cultural Bento Silvério, em Florianópolis/SC. A atividade teve como proposta aproximar os acadêmicos da produção de artefatos destinados ao uso doméstico e que incorporam a tradição e cultura de costumes ancestrais. No local, cerca de 20 rendeiras se reúnem para manter a tradição da cultura açoriana de confeccionar as rendas de bilro. Compreende-se que a prática da renda de bilro se entrelaça com a história da Ilha de Santa Catarina, com a chegada dos primeiros açorianos, há mais de 270 anos.

Em 2024 também, a integração cultural do município de Guabiruba foi retratada pelos estudantes de Design de Moda nos trajes criados para a realeza da tradicional Festa da Integração. Este é o segundo ano, que em parceria com a Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico do

município, o curso desenvolve as roupas que são utilizadas pela Rainha, 1^a e 2^a Princesas do evento. Seguindo essa mesma linha, os estudantes participaram da criação de trajes típicos para o grupo folclórico de dança alemã da Escola de Educação Fundamental Paquetá de Brusque/SC e a criação de trajes típicos para a Fenarreco, assim como a participação no desfile da 37.^a Fenarreco.

A participação no Desfile das Costureiras e Costureiros de Brusque e Região/SC durante os anos destacados retratam a interculturalidade do curso. Outra ação que merece destaque é valorização da técnica de bordado manual, ensinada por Bordadeiras de Brusque aos acadêmicos da UNIFEBE. A técnica foi apresentada aos estudantes, durante a oficina ministrada pela Confraria das Bordadeiras, na aula do Componente Curricular de Projeto de Moda e na II Bi-semana de Arte e Cultura.

Nesse contexto, considera-se que a interculturalidade é um aspecto fundamental da internacionalização em casa. Ela se concentra na promoção da interação e do entendimento entre pessoas de diferentes culturas dentro do ambiente acadêmico local. Por meio da interculturalidade, busca-se criar um ambiente inclusivo e respeitoso, onde as diferenças são valorizadas e celebradas.

A participação em eventos internacionais no campus (Knight, 2020), também é abordada no Curso de Design de Moda da UNIFEBE, por meio do movimento global *Fashion Revolution*. Presente em cerca de 100 países, o movimento *Fashion Revolution* foi criado após o desabamento dos nove andares do edifício Rana Plaza na capital de Bangladesh, local que abrigava milhares de pessoas que trabalhavam em condições precárias para a indústria da moda. Com a morte de mais de mil pessoas em meio a máquinas de costura e tecidos, em 24 de abril de 2013 foi proclamado o *Fashion Revolution Day*, uma data para refletir sobre sustentabilidade e a responsabilidade social do universo da Moda. A visão do movimento tem a seguinte pauta: “Uma indústria da moda global que conserva e restaura o meio ambiente e valoriza as pessoas acima do crescimento e do lucro” (*Fashion Revolution*, 2023).

Em 2022, o curso de Design de Moda aderiu ao movimento mundial *Fashion Revolution*. As ações na universidade ocorreram por meio de palestras, Cantinho ‘Instagramável’ e ‘Rota da Moda Consciente’. O objetivo das ações foi levar a comunidade acadêmica a refletir sobre o consumo de moda mais consciente e responsável. No mês de maio de 2023, segundo ano em que os acadêmicos do curso de Design de Moda representaram a Instituição no movimento mundial *Fashion Revolution*, as ações foram direcionadas à reflexão sobre o documentário *The True Cost* – que aborda de forma crítica e real os impactos do *fast fashion* –, um bate-papo sobre ‘A pessoa preta no contexto da Moda’, e a confecção de uma bandeira de retalhos, um dos maiores símbolos do movimento mundial.

Em 2024, a sétima fase do curso de Design de Moda participou do movimento mundial *Fashion Revolution* elaborando uma produção de moda mais um *short film* para enaltecer o uso de peças de segunda mão e peças artesanais desenvolvidas por produtores locais. De uma maneira coletiva, os

acadêmicos do curso realizaram também uma customização com roupas usadas como forma de contribuir para uma moda mais consciente, demonstrando o quanto o ato de vestir-se é uma ação política, com princípios de sustentabilidade e ética.

Além das ações identificadas na perspectiva de internacionalização *at home*, a mobilidade acadêmica geográfica é outra estratégia do Curso de Design de Moda para a internacionalização e interculturalidade da educação, conforme apresenta o Quadro 2:

Quadro 2: Mobilidade acadêmica geográfica nacional e internacional

ANO	ESTRATÉGIAS E AÇÕES	DESCRIÇÃO
2022	Mobilidade Acadêmica Geográfica	Paris (França)
2022	Mobilidade Acadêmica Geográfica	Gramado e Canela (Rio Grande do Sul)
2023	Mobilidade Acadêmica Geográfica	Rio de Janeiro (Rio de Janeiro)
2024	Mobilidade Acadêmica Geográfica	Milão, Florença e Veneza (Itália)

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

A mobilidade acadêmica geográfica internacional realizada a cada dois anos, refere-se a uma viagem de estudos e formação internacional que envolve estudantes e professores do curso. Paris, Londres e Milão formam a tríade de estudos do curso. Em Paris, destaca-se a visitação na *Première Vision* (maior feira têxtil do mundo) e uma formação na *École Supérieure des Arts et Techniques de la Mode* – ESMOD, a escola de Moda mais antiga do mundo, fundada em 1841 por Alexis Lavigne. Na edição em 2022, os acadêmicos participaram de uma certificação na ESMOD sobre o desenvolvimento de coleção e *Moulage* para criação de Moda. E em 2024, a certificação envolveu a temática designers emergentes e tendências de moda.

Além do curso na ESMOD, os acadêmicos tiveram a oportunidade de vivenciar um dia de *Cool Hunting* pelas ruas de Paris e Milão. Visitaram lojas conceito de grandes marcas e lojas locais que influenciam no que estará em alta no mercado de moda mundial. Visitas aos museus celebraram a formação dos acadêmicos, entre eles, o Museu D'Órsay, *Museu Les Arts Décoratifs*, além do *Centre Pompidou*, Museu do Louvre, Palácio de Versalhes, *La Galerie Dior* e *Palais Galliera*. Na Itália, os estudantes realizaram visitas de estudos no Quadrilátero da Moda em Milão; *Palazzo Gucci*, *Palazzo Pitti*, *Galleria degli Uffizi* e a Academia de Belas Artes em Florença; em Veneza conheceram os ateliês de roupas de épocas e máscaras, assim como a fabricação de acessórios de murano.

Vale destacar que, em 2014, os acadêmicos realizaram uma viagem de estudos, além de Paris, para Milão e Veneza e, em 2017, os acadêmicos tiveram a oportunidade de participar de um *workshop* de pesquisa de tendências na *Central Saint Martins* (Londres), considerada atualmente a principal escola de Moda do mundo.

Quanto à mobilidade acadêmica geográfica nacional, Gramado e Canela (Rio Grande do Sul) e Rio de Janeiro (Rio de Janeiro) tem recebido destaque pelo curso. Na Serra Gaúcha, os alunos realizaram uma visita de estudos ao Museu da Moda – MUM. O museu possui um acervo de peças originais, contando 4000 anos da história do vestuário feminino. No Rio de Janeiro, os estudantes participaram de palestras e visitas guiadas no Instituto Zuzu Angel e no Museu Carmen Miranda, ícones da moda brasileira.

Em junho do corrente ano, a UNIFEBE, por meio do curso de Design de Moda firmou um Acordo de Cooperação Internacional com o instituto de moda localizado no Peru, a *Chio Lecca Fashion School*. Por meio da parceria entre as duas instituições de ensino, professores e estudantes do Brasil e do Peru poderão compartilhar conhecimentos e desenvolver projetos acadêmicos, científicos e culturais.

Diante do contexto apresentando foi possível observar que há um esforço gradativo de implementação de ações e estratégias de internacionalização da educação superior pelo Curso de Design de Moda da UNIFEBE, com destaque para a Internacionalização *At Home*. Ao ampliar essa questão, considera-se que a internacionalização da educação é um processo que se inicia na própria instituição ('em casa'), na inserção das dimensões interculturais e internacionais integradas ao processo de ensino e aprendizagem. Isso significa que a internacionalização deve ser incorporada ao currículo, às metodologias de ensino e às atividades acadêmicas diárias.

“Embora o Brasil se insira no contexto da internacionalização da ES de maneira embrionária” (Watanabe, 2023, p. 06), considera-se que, algumas IES brasileiras, certamente de maneira tímida, ensaiam os primeiros passos para além da internacionalização com a premissa ‘mercado de trabalho’. Inspiradas na articulação de um *new mobilities paradigm*, planejam estratégias e ações compreendendo que a mobilidade, seja ela física, virtual, de tempo e espaço é uma forma de aprendizagem e de novas formas de viver.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao identificar estratégias e ações desenvolvidas no Curso de Design de Moda, considerando as dimensões da Internacionalização percebeu-se o leve e util caminhar da educação superior brasileira rumo a Internacionalização, além da mobilidade voltada para o intercâmbio acadêmico (internacionalização transfronteiriça) e a Internacionalização *at Home*.

Inicialmente foi tecido algumas considerações teóricas acerca dos *Sentidos da Mobilidade*, na perspectiva de um *Novo Paradigma da Mobilidade*, considerando que há o entendimento da emergência do *homo mobilis*, na qual a mobilidade é um atributo dos indivíduos contemporâneos. Em

seguida, a pesquisa explanou as dimensões da internacionalização, compreendendo que a internacionalização concerne, além da emancipação do indivíduo, práticas de justiça social em um mundo intercultural. Nesse contexto foram elucidadas, a Internacionalização *at Home* e a Internacionalização do Currículo (IoC), ambas estratégias de Internacionalização da Educação Superior.

Como principais resultados de análise, considerou-se a Internacionalização *At Home* e a mobilidade acadêmica geográfica e virtual como as principais estratégias do Curso de Design de Moda da UNIFEBE, integrando as dimensões internacional e intercultural e/ou global no currículo formal e informal.

Um desafio compreendido de modo geral para as IES e, que também concerne o âmbito da IES objeto de pesquisa é pensar (sugestão) em termos institucionais, a ampliação de estratégias na Política de Internacionalização (PI) no Projeto Pedagógico do Curso. Considera-se que tal política deve ser pensada, além das diretrizes acadêmicas, pelas políticas governamentais, assim como pelas organizações da sociedade civil.

De modo geral, considerou-se que a interface da internacionalização da educação superior na sociedade é um processo complexo que envolve uma série de interações e influências mútuas, a saber: integração cultural e social, desenvolvimento de competências interculturais; impacto na identidade nacional e local; envolvimento na/da comunidade, formação de redes globais, políticas educacionais e diplomacia, mobilidade profissional e intercâmbio, colaboração em pesquisa e inovação, desenvolvimento de competências para o mercado global, difusão do conhecimento, etc. Em síntese, a interface da internacionalização da educação superior na sociedade é multifacetada e influencia a cultura, a identidade, as relações sociais e as perspectivas globais. Gerir essa interface de maneira eficaz requer sensibilidade cultural, planejamento estratégico e um compromisso com os benefícios a longo prazo para a sociedade.

Por fim, considera-se que, por meio desta análise compreensiva, a promoção de estudos contínuos e futuras pesquisas acerca do tema, como estratégias para o fortalecimento da Internacionalização do Currículo (IoC) e da Internacionalização *At home* (IaH). Cita-se também temáticas que envolvam programas de internacionalização, empregabilidade e carreira dos graduados em diferentes áreas de estudo, assim como a relação entre internacionalização e práticas sustentáveis, analisando como as instituições de ensino superior podem promover a sustentabilidade por meio de iniciativas internacionais.

REFERÊNCIAS

AGNEW, Melanie; KAHN, Hilary E. Global learning through the difference. Internationalization-at-Home: Grounded Practices to Promote Intercultural, International, and Global learning. *Journal of Studies in International Education*, v. 21, n. 1, p. 31-49, 2017.

AMAR, Georges. *Homo mobilis: Le nouvel âge de la mobilité. Éloge de la reliance*. Paris: FYP éditions, 2010.

BAUMAN, Zygmunt. *Tempos líquidos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

BEUREN, Ilse Maria (Org.). *Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade*, 2^a ed., São Paulo: Atlas S.A., 2004.

BRASIL, 2016. Resolução nº 510, de 07 de abril de 2016. Dispõe sobre as normas aplicáveis a pesquisas em Ciências Humanas e Sociais. *Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil*, Brasília, DF, 24 maio 2016.

CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRUSQUE – UNIFEDE. Notícias. Disponível em: <https://www.unifebe.edu.br/site/noticias/>. Acesso em: 20 Abr. 2023.

CRESSWELL, T. *On the move: mobility in the modern western world*. New York: Routledge, 2006.

CRESSWELL, T. Seis temas na produção das mobilidades. In CARMO, R.; SIMÕES, J. *A produção das mobilidades: redes, espacialidades e trajetos*. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, p. 25-40, 2009.

CRESSWELL, Tim. *Mobilities i: Catching up*. In: *Progress in Human Geography*. v. 35, n. 4, p. 550-558, 2011.

DEARDORFF. Identification and Assessment of Intercultural Competence as a Student Outcome of Internationalization. *Journal of Studies in Intercultural Education*. v.10, n.3, 2006, p.241-266.

DESIGN DE MODA UNIFEDE. Instagram. Instagram: @designmodaunifebe. Disponível em: <https://www.instagram.com/designmodaunifebe/> Acesso em 20 Abr. 2023.

DE WIT, H.; GACEL-ÁVILA, J.; JONES, E. Voices and perspectives on internationalization from the emerging and developing world, where are we heading? DE WIT, H. et al. (org.). In: *The Globalisation of Internationalisation: Emerging voices and perspectives*. London: Routledge, 2017. p. 221-233.

DEARDORFF, Darla. Identification and assessment of intercultural competence as a student outcome of internationalization. In *Journal of Studies in International Education*, 10 (3), 241-266. Doi: 10.1177/1028315306287002.

ELLIOTT, Anthony; URRY, John. *Mobile Lives: self, excess and nature*. Abingdon: Routlegde, 2010.

FASHION REVOLUTION. Quem Somos. Disponível em: <https://semanafashionrevolution.com.br/>. Acesso em: 25 Jul. 2023.

GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 6. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2017.

KNIGHT, Jane. Internacionalização da Educação Superior: conceitos, tendências e desafios. 2. ed. São Leopoldo: Oikos, 2020. 218 p.

KNIGHT, Jane. Five truths about internationalization. International Higher Education, Boston, n. 69, p. 1-4. Fall, 2012.

KNIGHT, Jane. Internationalization Remodeled: Definitions, Rationales, and Approaches. Journal for Studies in International Education, v. 8, n. 1, p. 5-31, 2004.

LEASK, Betty. Internationalizing the Curriculum. New York: Routledge, 2015.

MARCELINO, Jocélia Martins (et. al.) Educação superior: a internacionalização do currículo e a cidadania global em novas perspectivas. FORGES, UnB, IFB. Brasília, 20 a 22 de novembro de 2019.

MASSEY, Doreen. Pelo espaço: uma nova política da espacialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

MERRIMAN, Peter. Mobility, Space and Culture. Oxon: First Published, 2012.

MINAYO, M. C. S. O desafio do conhecimento: Pesquisa qualitativa em saúde. São Paulo: Hucitec, 2013.

MÓDENES, Juan Antonio. A. Spatial Mobility, Inhabitants and Places: Conceptual and Methodological Challenges for Geodemography. Estudios Geográficos, 69 (264), p. 157-178, 2008.

MOROSINI, M. C (Org). Guia para a internacionalização universitária. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2019.

MOROSINI, M. C. Internacionalização da educação superior. Educação (Porto Alegre), v. 40, n. 3, p. 288-292, set.-dez. 2017.

MOROSINI, Marilia Costa. Qualidade da Educação Superior e Contextos Emergentes. Avaliação, Campinas; Sorocaba, SP, v. 19, n. 2, p. 385-405, jul. 2014.

ORFEUL, J. Une approche laïque de la mobilité. Paris: Descartes & Cie, 2008.

SHELLER, M; URRY, J. The new mobilities paradigm. Environment and Planning A, v. 38, p. 207-226, 2006.

SILVA, Carla Camargo Cassol da. O Processo de Internacionalização do Currículo em uma IES Brasileira. 2022. Tese (Doutorado em Educação) – Programa de Pós-Graduação em Educação. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2022.

STALLIVIERI, L. Estratégias para Internacionalização do Currículo: do Discurso à Prática. In: LUNA, J. M. F. Internacionalização do currículo: Educação. interculturalidade e cidadania global. Campinas: Pontes, 2016.

STALLIVIERI, Luciane. O Processo de Internacionalização nas Instituições de Ensino Superior. Revista Educação Brasileira. 2002. Disponível em: <https://iglu.paginas.ufsc.br/files/2014/08/SLIDES-LUCIANE.pdf>. Acesso em 21 Jul. 2023.

STALLIVIERI, Luciane. Olhares Sobre a Educação e a Política De Internacionalização Universitária In: Políticas Públicas na Contemporaneidade: olhares cartográficos temáticos (org.). Itajaí: Univali, 2017. Disponível em: <https://www.univali.br/pos/mestrado/mestrado-em-gestao-de-politicas-publicas/e-books-digital/Documentos/Pol%C3%ADticas%20p%C3%ABblicas%20na%20contemporaneidade.pdf> Acesso em: 21 Jul. 2023.

UNIFEBE. Projeto Pedagógico do Curso de Design de Moda. Brusque: UNIFEBE, 2021.

URRY, J. Mobilities. London: Polity, 2007.

URRY, John . Traveling Times. European Journal of Communication, v. 21, n. 3, p. 357-372, 2006.

URRY, John. Mobile Cultures. Lancaster: Department of Sociology of Lancaster University, 2003. Disponível em: <http://www.lancaster.ac.uk/fass/resources/sociology-online-papers/papers/urry-mobile-cultures.pdf> . Acesso em: 20 Abr. 2023.

URRY, John. Mobile sociology. The British Journal of Sociology, 61: p. 347-366, 2010.

URRY, John. Societies. Sociology beyond societies: mobilities for the twenty-first century. Florence, KY, USA: Routledge, p. 1-20, 2000.

URRY, John. Sociology beyond societies: mobilities for the twenty-first century. Abindgon: Routledge, 2000.

VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. Pesquisa qualitativa em administração: teoria e prática. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.

WATANABE, M.; CIPRIANI, A.; HEINZLE, M. R. S. Políticas de internacionalização da educação superior: contribuições para o contexto sul-sul. Linhas Críticas, 29, e47602, 2023.

ZANELLI, J. C. Pesquisa qualitativa em estudos da gestão de pessoas. Estudos da Psicologia, n. 7, p. 79-88, 2002.