

“Talking Business” com o mundo – iniciativas de internacionalização na EaD

“Talking Business” com o mundo – iniciativas de internacionalização na EaD

“Talking Business” with the world – internationalization initiatives in distance learning

Angela Cristina Kochinski Tripoli (Uninter)

Jeferson Ferro (Uninter)

Virginia Carneiro (Uninter)

angela.t@uninter.com, jefferro.ctba@gmail.com, virginia.c@uninter.com

Resumo:

Este artigo discute os desafios e oportunidades da internacionalização na Educação a Distância. A globalização e a crescente demanda por profissionais com competências internacionais impulsionam as instituições de ensino superior a buscarem estratégias para expandir seus horizontes. A EaD, por sua acessibilidade, apresenta um grande potencial para a internacionalização. Analisamos, numa perspectiva qualitativa-quantitativa, o programa **Talking Business**, que desde 2021 promove o contato entre estudantes brasileiros e profissionais internacionais por meio de encontros virtuais, como um exemplo de iniciativa neste sentido. Conclui-se que este programa pode ser visto como uma estratégia inicial de promoção da internacionalização na EaD.

Palavras-chave: internacionalização, EaD, mercado de trabalho.

Abstract

This article discusses the challenges and opportunities of internationalization in distance education. Globalization and the growing demand for professionals with international skills are driving higher education institutions to look for strategies to expand their horizons. Due to its accessibility, distance education has great potential for internationalization. From a qualitative-quantitative perspective, we analyzed the **Talking Business** program, which has been promoting contact between Brazilian students and international professionals through virtual meetings since 2021, as an example of an initiative in this direction. We conclude that this program can be seen as an initial strategy for promoting internationalization in distance education.

Keywords: internationalization, Distance Education, labor market.

1 Introdução

No contexto da economia global do conhecimento, a internacionalização da Educação a Distância (EaD) oferece interessantes possibilidades de expansão para instituições de ensino superior que estejam em sintonia com as principais temáticas de interesse internacional. No entanto, fazer a transição de parâmetros regionais para um ambiente global requer a análise de várias possibilidades e estratégias nas considerações das particularidades de cada contexto. Entre os desafios que se colocam no cenário brasileiro, podemos listar: investimentos à colaboração

internacional em pesquisa e desenvolvimento de ponta; programas de desenvolvimento de habilidades estudantis para inserção em ambientes de negócios internacionais; incentivo a programas de mobilidade acadêmica. Na modalidade a distância, estes desafios ganham contornos próprios.

Na perspectiva de Barbosa e Neves (2020, p. 25), “os sistemas de educação superior de todos os países têm sido especialmente confrontados com os desafios de democratização do acesso e de equidade social, bem como com as implicações desses desafios para o financiamento de sua operação e crescimento”. Além do acesso democrático e da equidade social, as autoras ressaltam ainda as transformações que o setor vem vivendo em questões de demandas e desafios de massificação, que passam a ser avaliados também na eficácia formativa e, de modo mais expressivo, em inéditos trabalhos de oportunidades educativas. Em consequência, as universidades se veem desafiadas a se reinventarem para responder estrategicamente às demandas educacionais.

Deste modo, a internacionalização das IES é um processo intencional e pragmático, com objetivos operacionais de contribuição sistematizada global, e não se caracteriza como uma experiência passiva (De Wit et al., 2015). Muito tem sido realizado e são aguardadas expectativas mais expressivas para o futuro do processo da internacionalização da vida acadêmica, acreditando-se nas tecnologias digitais inovadoras, na competição fronteiriça por disseminação de conhecimentos, na necessidade de compreensão intercultural, e nos mercados de trabalho e de consumo transnacionais.

Logo, a internacionalização da educação tem sido tópico amplamente discutido nas últimas décadas, em consideração ao mundo globalizado e tecnológico de mobilidade e troca de conhecimento essenciais às instituições de ensino, na consciência de que é preciso oferecer uma educação que ultrapasse fronteiras. Nesse cenário, a EaD se internacionaliza e surge como uma modalidade de ensino que, pela sua natureza, oferece um potencial significativo para a questão educacional global. Propõe-se a preparar, ajustar sistemas educacionais, criar e definir estratégias assertivas para uma inserção internacional sustentável no longo prazo (Drucker, 2000).

Por estarmos na Era do Conhecimento, há muitas razões para que a internacionalização das IES seja desenvolvida. Uma delas é a diminuição de barreiras educacionais no exterior, permitindo uma troca e construção de conhecimento entre países para o aperfeiçoamento de um ensino intercultural. Outra razão é a necessidade de conhecimento, tanto diversificado como especializado, porém integrado a novas fontes de recursos de pesquisas, com a intenção de enfrentamento ao exigente mercado de trabalho globalizado. Outro motivo é diversificar saberes, internacionalizando atividades por meio de parcerias institucionais (Knight, 2012).

Neste cenário, as interpretações do fenômeno “internationalização” abarcam uma infinidade de dimensões, notadamente referentes à divulgação, integração e interação do conhecimento entre países, por meio de atitudes e ações culturais e tecnológicas. Um dos primeiros passos nesse processo é propiciar aos estudantes oportunidades de contato com pesquisadores e profissionais oriundos e atuantes em cenários internacionais.

Atividades presenciais, que envolvem viagens internacionais, são em geral muito caras e pouco acessíveis à grande maioria dos estudantes, especialmente no contexto do ensino a distância. Desta forma, objetiva-se neste artigo refletir sobre iniciativas de internacionalização no ensino superior, na modalidade à distância, que contribuem para os estágios iniciais de inserção dos estudantes brasileiros no cenário internacional. Parte-se de uma reflexão teórica sobre o assunto para, em seguida, apresentar um estudo de caso baseado no programa **Talking Business**,

“Talking Business” com o mundo – iniciativas de internacionalização na EaD

promovido por uma instituição de ensino superior brasileira, que por meio de encontros virtuais, com tradução simultânea, busca oportunizar à comunidade acadêmica o contato com profissionais internacionais.

2 Referencial Teórico

No contexto global da EaD, a internacionalização das IES tem como ponto de partida a melhoria da qualidade educacional transfronteiriça, o que não significa apenas a expansão do número de alunos estrangeiros ou a imensa oferta de cursos. Abrange um conjunto de estratégias didático-pedagógicas, metodologias ativas atuais e tecnologias educacionais de ponta que, deste modo, oportunizam às instituições uma educação de forma multifacetada, considerando as especificidades culturais, sociais, políticas e educacionais locorregionais. Contudo, para que essa internacionalização seja acessível, sustentável e eficaz, é necessário refletir sobre ações, práticas e atividades que permitam sua implementação para populações de diferentes contextos socioeconômicos e culturais (Altbach e Knight, 2021).

Como fenômeno multifacetado que integra culturas e sociedades ao redor do mundo, a globalização vem sendo alavancada por avanços tecnológicos e comunicacionais que aceleraram o progresso em diversos setores da economia. O ensino superior é um deles, e pode se valer desses avanços para promover ações de internacionalização das instituições, possibilitando a interconexão das universidades, assim como maiores oportunidades para a divulgação e interação de saberes.

Deste modo, a globalização traz para as instituições de ensino, como uma de suas muitas consequências, a adaptação de atividades educacionais e culturais para além das fronteiras nacionais. Se a internacionalização é um processo que busca inserir as práticas educacionais de uma instituição superior em um panorama mundial educacional, de acordo com Knight (2020), o ato de internacionalizar almeja, certamente, um conjunto amplo de estratégias educacionais, como o desenvolvimento de currículos diferenciados, parcerias em pesquisas, gestão e outras abordagens.

Isto posto, a educação superior volta-se para soluções efetivas que permitem promover a formação de cidadãos de visão global, capazes de interagir com diversas culturas e contextos, por meio de experiências acadêmicas internacionais. Sob essa perspectiva, as universidades devem oportunizar parcerias com instituições estrangeiras e promover programas acadêmicos que coloquem seus estudantes em sintonia com as demandas de mercados internacionais de trabalho. Neste sentido, a acessibilidade tecnológica, fator essencial para alcançar uma audiência global, pode facilitar parcerias e a disseminação de programas, muitas vezes sem necessidade de grandes custos financeiros (Santos, 2018).

2.1 Acessibilidade de ações de internacionalização na EaD

No cenário da internacionalização na EaD, o contexto globalizado e digital de novos ambientes de aprendizagem, mais inclusivos e dinâmicos, ganha relevância. As instituições de ensino superior que estão ambientadas no mundo online se adaptam para oferecer, além de uma educação de qualidade, novos programas que atinjam estudantes em vários lugares. Neste contexto, ações de internacionalização se apresentam como uma estratégia de expansão de novas possibilidades acadêmicas, ampliando o acesso ao conhecimento global por meio de discussões variadas sobre negócios, mercado de trabalho, política ou economia. Neste contexto de expansão de mercado transnacional, as determinações do mercado de trabalho sobre as universidades vêm transformando seus princípios e demandam alinhamento organizacional ágil em procedimentos práticos de atualização e discussão sobre assuntos atuais (Morosini, 2006).

Como fenômeno que visa aproximar culturas, práticas pedagógicas e conteúdos acadêmicos de

diferentes países, a globalização da educação superior está intrinsecamente ligada ao crescimento de novas tecnologias de informação, as quais têm proporcionado novas formas de ensino (Altbach, 2015). Essas tecnologias são fundamentais para a internacionalização da educação, pois permitem que o conhecimento transite sem as barreiras físicas de tempo e espaço, criando uma rede global de aprendizagem.

Na percepção de Knight (2008), a internacionalização é um processo deliberado de integrar perspectivas globais no ensino, pesquisa e serviços acadêmicos, tanto no currículo quanto nas práticas pedagógicas. Nesse sentido, a internacionalização da EaD democratiza o acesso à educação superior com a finalidade de permitir que um número maior de estudantes de várias partes do mundo participe de programas acadêmicos sem deslocamento físico. Knight (2020), nos lembra ainda de que há muitas maneiras de se conceituar internacionalização, um termo bastante “elástico”:

...oferecer educação a outros países usando uma variedade de técnicas presenciais e à distância e outras como campi filiais no exterior, franquias ou universidades internacionais conjuntas. Para muitas pessoas, significa incluir uma dimensão internacional, intercultural e/ou global no currículo e no processo de ensino/aprendizagem. Outras ainda veem como internacionalização projetos internacionais de desenvolvimento ou, alternativamente, a ênfase crescente na educação transfronteiriça comercial. Mais recentemente o foco incide sobre aprendizagem colaborativa internacional online usando salas de aula e estágios virtuais (Knight, 2020, p. 20-21).

Enfim, pode-se entender que a elasticidade da conceituação de internacionalização abrange a proatividade do ser humano na intenção maior de progredir, aumentando sua capacidade intelectual, ampliando relacionamentos sociais, culturais, acadêmicos, linguísticos, tecnológicos, econômicos e projetando-se de forma madura e competente no mercado de trabalho nacional ou internacional. Por outro lado, é certo que, por parte das IES, vislumbra-se também um ranqueamento internacional e regional que sinaliza a internacionalização como um modelo de marketing e relações públicas (Knight, 2020).

A acessibilidade pode ser um dos principais desafios enfrentados pela internacionalização das IES. Ações que promovam uma educação acessível para todos, independentemente de localização geográfica ou contexto socioeconômico, são essenciais para o sucesso desse processo. Santos (2018), enfatiza a acessibilidade como prioridade no planejamento e desenvolvimento de programas educacionais, com foco na equidade. Isso envolve a implementação de recursos tecnológicos e pedagógicos com integração de múltiplas mídias, linguagens e recursos, que possam garantir, assim, a plena participação dos estudantes em cursos e programas oferecidos, de acordo com ritmos, tempos e espaços de aprendizagem individuais.

Com papel central nos processos de internacionalização na EaD, as tecnologias digitais e educacionais podem moldar o processo de promoção e divulgação do conhecimento e da produção científica. Altbach (2015), destaca a importância do uso das tecnologias digitais e educacionais, intimamente atrelado a novas formas de ensino, a técnicas e ações inovadoras. São as tecnologias que permitem o trânsito do conhecimento sustentável, sem as barreiras físicas de tempo e espaço, criando uma rede global de aprendizagem no mundo de hoje.

A internacionalização da EaD também depende de parcerias estratégicas entre instituições de ensino superior, tanto nacionais quanto internacionais. Essas parcerias podem assumir várias formas, como a cocriação de cursos conjuntos, intercâmbios virtuais de estudantes e professores, e colaboração em projetos de pesquisa acadêmica. Para Santos (2021), as parcerias internacionais são fundamentais para que a internacionalização da educação a distância se mostre efetiva e acessível, pois elas possibilitam o compartilhamento de boas práticas, recursos pedagógicos e realização de mobilidades acadêmicas digitais.

“Talking Business” com o mundo – iniciativas de internacionalização na EaD

Uma das ações mais eficazes para promover a acessibilidade com sustentabilidade é a adaptação dos materiais didáticos para diferentes idiomas e culturas, o que amplia o alcance das IES e torna os cursos mais inclusivos. Além disso, a criação de plataformas de aprendizagem compatíveis com diversos dispositivos móveis e com recursos de acessibilidade (como legendas, traduções automáticas e tecnologias assistivas) podem ser repensados e moldados em uma medida dinâmica e participativa, garantidora de beneficiar programas de ensino a distância a estudantes com diferentes necessidades de apoio.

O fortalecimento de redes internacionais de instituições de ensino superior também é uma estratégia valiosa. Através dessas redes, as universidades podem oferecer programas de EaD mais diversificados, com conteúdo que atende às demandas globais e locais. A cooperação internacional, portanto, não só facilita o intercâmbio cultural, mas também fomenta o desenvolvimento de competências globais nos alunos, fundamentais para a formação de cidadãos críticos e preparados para atuarem em um universo transfronteiriço.

3. Procedimentos metodológicos

Para a condução desta pesquisa, utilizou-se uma abordagem qualitativa, associada a um estudo de caso analítico. Essa escolha foi fundamentada em sua essência descritiva, o que permite uma análise aprofundada e contextualizada. O rigor metodológico foi orientado pelas diretrizes da Instituição de Ensino Superior (IES) no desenvolvimento de programas voltados para a internacionalização, garantindo a pertinência do estudo ao tema.

Segundo Silva et al. (2018, p. 12), “o estudo de caso permite uma investigação aprofundada” sobre um detalhe específico, possibilitando uma análise minuciosa dos eventos e de suas causas, por meio de questões que investigam “como” e “por que” determinados eventos ocorrem (Runeson et al., 2012). Complementarmente, Yin (2001) define que o estudo de caso é um tipo de pesquisa empírica que se volta para um determinado fenômeno dentro do seu contexto, possibilitando uma análise de suas condições de ocorrência.

O estudo teve como foco o programa “Talking Business”, promovido por uma IES focada na modalidade EaD, avaliando seu papel no processo de internacionalização. Para isso, foram coletados dados por meio de fontes primárias e secundárias. As informações primárias foram obtidas por meio de uma entrevista semiestruturada realizada via e-mail, com membros do departamento de internacionalização, que atuam diretamente no planejamento e execução do programa. Essas informações foram complementadas por documentos institucionais, relatórios internos e materiais específicos do programa, configurando as fontes secundárias.

Além disso, foi empregada a triangulação de dados como técnica para garantir a validade e a confiabilidade da pesquisa. As informações provenientes das entrevistas, dos documentos analisados e da literatura foram confrontados, garantindo uma interpretação mais robusta e confiável.

Ao final, esta metodologia permitiu não apenas compreender em que medida o programa “Talking Business” contribui para a internacionalização da IES, mas também identificar seus potenciais desafios e oportunidades no contexto da educação a distância. Tal análise oferece subsídios para o aperfeiçoamento de iniciativas futuras, alinhadas às demandas de um cenário educacional globalizado.

4. Análise de resultados

O programa ***Talking Business*** é realizado pelo Departamento de Internacionalização da IES estudada desde 2021, e conta com 22 eventos realizados até dezembro de 2024. O projeto, que surgiu no período da pandemia de Covid-19, tem como objetivo inserir a comunidade acadêmica da IES no contexto de discussão global de temas de grande relevância para a área de gestão e afins, abordando temas sobre negócios, tecnologia e política, em debates com pessoas representativas do mercado nacional e internacional, com foco no mercado de trabalho. São realizadas, em média, seis edições por ano, e o total de visualizações das transmissões realizadas soma 35.104.

Após a definição do tema pela equipe responsável, é convidado um palestrante da própria instituição, um professor de nacionalidade brasileira, e um palestrante de fora, estrangeiro ou ainda brasileiro que atua em mercados internacionais. O programa é transmitido simultaneamente em dois canais do YouTube, com tradução simultânea: um canal em língua inglesa e outro em português, o que reflete a preocupação em atingir uma audiência diversificada, tanto nacional quanto internacional. Ao analisar os dados de visualização, observa-se uma preferência clara pela versão em português, que concentra 74% das visualizações. Contudo, a versão em inglês, com 26% do total, também atrai um público relevante, evidenciando a existência de interesse em conteúdos nesse idioma.

Todas as edições do programa são oferecidas gratuitamente aos estudantes da instituição como uma atividade certificada. Durante a divulgação do evento no ambiente virtual de aprendizagem, os estudantes podem se inscrever em uma página especialmente criada para ele, que oferece informações introdutórias sobre a temática e sobre os palestrantes, em língua portuguesa. Após a transmissão do evento, que é feita pelo YouTube, de forma aberta a todos, os estudantes inscritos recebem um questionário por e-mail, que deve ser respondido para que possam receber o certificado de horas de participação. Os participantes são também convidados a avaliar a qualidade do evento, conferindo-lhe estrelas, numa escala de 0 a 5 – a nota média até o momento é de 4,86. No quadro 1, apresentamos a lista com todos os programas já realizados, e seus respectivos públicos:

Quadro 1 – Lista dos programas “*Talking Business*” realizados

Tema	Edição	Views inglês	Views PT
Transformação digital	set/21	554	2.759
Experiência Internacional	out/21	311	1.458
Mudança comportamental, Nudges e IA	nov/21	277	1.277
Startups na América Latina	dez/21	410	1.103
Healthtech Brasileira	mar/22	307	1.398
Mulheres em Tech	mai/22	465	1.088
AgTech no Ar	jun/22	398	1.293
Cibersegurança e Diversidade	set/22	567	1.511
Enterprise Tech & Inovação	nov/22	193	1.293
Data Science & Inteligência Artificial	mar/23	747	1.383
IA & o aprendizado de idiomas	mai/23	414	1.443
Inteligência Artificial & Agricultura	jun/23	248	1.010
Cibersegurança	ago/23	600	1.145
Carreira em Tech	set/23	108	711
Progresso e Preconceito	out/23	318	1.174

“Talking Business” com o mundo – iniciativas de internacionalização na EaD

Diversidade em Tech	nov/23	222	829
Carreira Internacional	mar/24	970	2.096
Intercâmbio e Inglês: Soul Bilingue	abr/24	729	367
Talento, Tecnologia e Televisão	jun./24	428	732
Liderança Empreendedora	ago/24	251	574
Eleições em Tempos Digitais	out/24	196	399
Navegando os mares	dez/24	515	833
Total visualizações youtube		9.228 (26%)	25.876 (74%)

Fonte: Autores, 2024.

A partir destes dados, podemos tecer algumas considerações a respeito do programa ***Talking Business*** como uma atividade de internacionalização na modalidade a distância. O primeiro aspecto a se destacar é o fato de que ele promove a conexão de professores da instituição brasileira com profissionais estrangeiros, tratando de temas que são do interesse de um público amplo, e não apenas de um curso específico. Para os estudantes, a experiência de ver seus professores debatendo assuntos globais com profissionais estrangeiros pode ser um fator de aproximação e motivação, no sentido de fazer com que eles percebam que também estão inseridos no debate global, uma vez que se sintam representados por seus professores. Por outro lado, a presença de debatedores internacionais pode trazer insights e novas percepções sobre como estes temas são trabalhados a partir de uma outra perspectiva cultural, contribuindo para ampliar os horizontes dos estudantes.

Ao transmitir o evento com tradução simultânea, a instituição oferece aos estudantes a oportunidade de ter contato direto com conteúdos relevantes na língua inglesa, o que pode ser desafiador para aqueles que ainda não possuem fluência, mas também recompensador para os que possuem. A transmissão online, uma característica intrínseca à modalidade EAD, também possibilita um alcance muito maior do que teria um evento presencial, sem mencionar a viabilidade financeira, já que se trata de um evento gratuito e recorrente. Por fim, pode-se observar que o evento poderia ganhar relevância, caso os debates promovidos fossem sistematicamente inseridos em atividades curriculares dos cursos, o que acontece apenas de forma episódica, conforme relatado pelos organizadores.

5. Conclusão

Neste artigo, buscamos analisar alguns princípios da internacionalização do ensino superior, aproximando-os do cenário da educação à distância. Como observa Knight (2020), há vários caminhos para se promover a internacionalização, desde a mobilidade de estudantes e professores, passando pelos currículos dos cursos e mesmo por atividades pontuais que promovam o intercâmbio cultural.

A educação a distância tem como um de seus princípios definidores a acessibilidade, tanto do ponto de vista geográfico e espacial quanto financeiro. Assim, internacionalizar a educação neste contexto significa buscar formas de inserir um grande público em atividades de caráter internacional, de forma remota e mediada pela tecnologia. O programa *Talking Business*, aqui analisado, pode ser visto como um exemplo de atividade que atinge este objetivo, representando um primeiro passo em um percurso de internacionalização do ensino.

Ao promover debates entre professores brasileiros e profissionais estrangeiros, com transmissão ao vivo e tradução simultânea, ele insere o público da EaD num contexto global de discussão sobre diversos temas de grande relevância na atualidade. Desta forma, programas como este podem

exercer o papel de servir como um ponto de partida para iniciativas de internacionalização dos currículos.

Referências

- ALTBACH, P. G. **Globalization and the University: Realizing the Dream of the Global Knowledge Society**. Johns Hopkins University Press, 2015.
- BARBOSA, Maria Lígia de O; NEVES, Clarisa, E. B. Internacionalização da educação superior: instituições e diplomacia do conhecimento. **Sociologias**, Porto Alegre, ano 22, n. 54, maio-ago 2020, p. 22-44. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/216216/001119018.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 04 dez. 2024.
- DE WIT, Hans; HUNTER, Fiona; HOWARD, Laura; EGRON-POLACK, Eva. **The internationalisation of higher education**. Brussels, European Parliament, Committee on Culture and Education, 2015.
- DRUCKER, Peter F. **Aprendizado Organizacional: Gestão de pessoas para a inovação contínua**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- KNIGHT, Jane. **Higher Education in Turmoil: The Changing World of Internationalization**. Sense Publishers: Rotterdam, 2008.
- _____, Jane. Student mobility and internationalization: trends and tribulations. **Research in Comparative and International Education**, Califórnia v. 7, n. 1, p. 20-33, 2012. Disponível em: <<https://doi.org/10.2304/rcie.2012.7.1.20>>. Acesso em 02 dez. 2024.
- _____, Jane. **Internacionalização da Educação Superior: Conceitos, Tendências e Desafios**. 2. ed. São Leopoldo: Oikos, 2020.
- MOROSINI, Marília C. Estado do conhecimento sobre internacionalização da educação superior: conceitos e práticas. **Dossiê: Política de Educação Superior no Brasil no Contexto da Reforma Universitária**, Educ. rev. (28), dez. 2006. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/er/a/k4qqgRK75hvVtq4Kn6QLSJy/?lang=pt&format=html>>. Acesso em: 04 dez 2024.
- RUNESON, Per et al. **Case study research in software engineering: Guidelines and examples**. John Wiley & Sons, 2012.
- SANTOS, B. S. **A Educação e o Desafio da Inclusão: Avanços e Desafios no Ensino Superior**. São Paulo: Editora Unesp, 2018.
- SILVA, Gabriel M.; SANTOS, Antônio C.; SOUZA, Layse S. BHExtract - extração de dados de sites de revistas científicas nacionais sobre educação. **Interfaces Científicas - Exatas e Tecnológicas**, Aracaju, V.3, N.2, p. 9 – 16, Outubro 2018.
- YIN, Robert K. **Estudo de Caso – planejamento e métodos**. São Paulo: Bookman, 2001.