

A Formação do Pesquisador em Xequê: Avanços do Empresariamento na Produção Científica em Comunicação no Sul do Brasil¹

Davi Alexandre Schoenardie²

Marcio Giusti Trevisol³

Franciele Caroline Gorges⁴

Camile Joana Sperb Secco⁵

Paulo Ricardo dos Santos⁶

Universidade do Oeste de Santa Catarina - Unoesc

RESUMO

Este estudo analisa os impactos do empresariamento na produção científica das linhas de pesquisa dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação do sul do Brasil. A partir de uma abordagem qualitativa, exploratória, bibliográfica e documental, observa-se que, embora persista o compromisso com questões sociais, há uma crescente influência da lógica de mercado, com destaque para temas como inovação, tecnologias digitais e indústria criativa. Conclui-se que a busca por produtividade e financiamento compromete a autonomia acadêmica e a pluralidade epistemológica, evidenciando um processo de mercantilização da pesquisa e tecnocratização da formação científica.

PALAVRAS-CHAVE: indústria criativa; educação superior; mercantilização do conhecimento; neoliberalismo; comunicação social.

INTRODUÇÃO

A educação superior no Brasil tem vivenciado uma relação ambígua entre seu valor de uso, enquanto direito social, e seu valor de troca, associado à mercantilização. Essa tensão tem resultado em uma progressiva descaracterização de sua finalidade essencial, à medida que o empresariamento tende a deslegitimar seu papel como espaço de produção de conhecimento socialmente necessário (Lima e Maciel, 2023). No campo da comunicação social, essa lógica se manifesta de maneira ainda mais sensível, uma vez que a área historicamente se constituiu como espaço de reflexão crítica sobre os

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 10SU - Estudos da Comunicação, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 3 a 5 de julho de 2025.

² Graduado em Publicidade e Propaganda pela Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc), e-mail: davi.schoenardie@unoesc.edu.br.

³ Doutor em Educação pela Universidade de Passo Fundo (UPF). Professor do Programa de Pós-Graduação em Educação (PPGE) e do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc), e-mail: marcio.trevisol@unoesc.edu.br.

⁴ Mestre Profissional em Design e bacharel em Engenharia de Produção pela Universidade da Região de Joinville (Univille), e-mail: francielegor@gmail.com.

⁵ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Engenharia, Gestão e Mídia do Conhecimento, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), e-mail: camilejoana01@gmail.com.

⁶ Mestre em Ciências da Linguagem pela Universidade do Sul de Santa Catarina (Unisul). Coordenador e docente do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc), paulo.santos@unoesc.edu.br.

meios de produção simbólica e de mediação cultural, em contraponto ao empresariamento.

O conceito de empresariamento, conforme definido por Freitas (2018), engloba um conjunto de reformas políticas, econômicas e ideológicas no âmbito estatal, pautadas pelos princípios do neoliberalismo. Tal retórica visa garantir a reprodução de uma relação de poder e de produção, balizada pelo interesse de atores empresariais que estão inseridos nos aparelhos ideológicos de Estado, que pode ser observada nos arranjos institucionais da educação brasileira (Farias, 2022). No entanto, a educação é uma atividade de produção não material que não se reduz ao ensino e que o docente e o discente não se separam, pois se consolida no estudo daquilo que foi historicamente produzido e na descoberta de novos saberes por meio da consciência e da transformação (Saviani, 2012; Evangelista e Shiroma, 2019). Essa concepção formativa entra em contraponto à lógica empresarial, que prioriza resultados imediatos e quantificáveis em detrimento à pesquisa de função social da universidade. partir disso, formula-se o seguinte problema de pesquisa: de que forma as linhas de pesquisa dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação do Sul do Brasil têm seus interesses investigativos influenciados pelo empresariamento da educação? O objetivo do estudo é analisar os impactos do empresariamento na produção científica das linhas de pesquisa dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação do sul do Brasil.

Metodologicamente, a pesquisa adota uma abordagem qualitativa, de objetivo exploratório e procedimentos bibliográficos e documentais (Gil, 2008). O universo da investigação compreende os interesses investigativos expressos nas linhas de pesquisa dos dez Programas de Pós-Graduação em Comunicação da Região Sul do Brasil, reconhecidos pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

ANÁLISE DOS RESULTADOS

A pós-graduação no Brasil tem sido influenciada pelo crescente fortalecimento do papel do setor privado no financiamento e oferta educacional, além da submissão do sistema de ensino às regras do livre mercado global (Da Costa e Goulart Silva, 2019). Com a adaptação das práticas de ensino, pesquisa e extensão às demandas do mercado, com a flexibilização das normas e do gerenciamento da universidade baseado em

resultados, a atuação dos Programas de Pós-Graduação no Brasil tem sido moldada à priorização de projetos que atendam a estes princípios.

Contudo, apesar da reconfiguração do foco e interesse das produções científicas alinhadas à demandas corporativas e ao desenvolvimento empresarial, em um processo gradativo de mercantilização da educação, percebe-se que ainda há um interesse pela transformação social. Os temas de interesse emergentes entre as linhas de pesquisa dos 10 (dez) Programas de Pós-Graduação em Comunicação no Sul do Brasil são principalmente midiaticização e identidade, sociedade e cidadania, cultura e indústria criativa, política e Estado, linguagem e audiovisual, hegemonia, tecnologia e redes sociais. Por meio disso, é possível entender que as áreas de comunicação têm absorvido novas dinâmicas do mercado global, sobretudo ao introduzir temas que comungam da lógica neoliberal. Para Lesniewski, Trevisol e Bechi (2023), essa racionalidade reordena o papel do ente público e do próprio Estado, de modo que amplia o controle e a regulação da pesquisa com vista à performance, ao desempenho, à eficácia e à precarização do campo educacional.

Ademais, temas como indústria criativa, política e Estado, tecnologia e redes sociais, tem fortalecido uma duplicidade entre o interesse social e o empresarial. Por um lado, há um interesse pelo desenvolvimento crítico e reflexivo, à medida em que aborda as relações entre os meios de comunicação e seus impactos sociais, além do fortalecimento da democracia e do debate público. Por outro lado, há uma formação ligada à capacitação para o mercado digital, com a formação de pesquisadores e profissionais que possam desenvolver soluções inovadoras às organizações, no fortalecimento da indústria e da expansão econômica na área criativa. Dessa forma, se torna visível o empresariamento educacional como um projeto que impacta as relações de produção de conhecimento para ampliar o capital, garantir sua hegemonia econômica e política, controlar o direcionamento social e preservar os interesses do empresariado (Pires de Andrade e Cardoso da Mota, 2022).

A agenda neoliberal tem se refletido nas práticas que determinam a racionalidade das pesquisas no campo da comunicação. Para Dardot e Laval (2016), essa agenda neoliberal é definida por um conjunto de práticas e dispositivos que incorporam um novo modo de governo sob esse princípio universal da concorrência. Desta forma, ao analisar os temas dos grupos de pesquisa dos 10 (dez) Programas de

Pós-Graduação em Comunicação no Sul do Brasil, reconhecidos pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), se percebe que o interesse social é tela de fundo de uma condição de busca por financiamento em fontes privadas.

Outrossim, é possível compreender que os Grupos de Pesquisa (GPs) dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação no Sul do Brasil têm se preocupado com a democratização da informação, com as políticas públicas e com a cidadania, ao mesmo tempo em que tem se preocupado com as tecnologias digitais, com a inovação e com a indústria criativa que refletem a mercantilização do conhecimento. Assim sendo, o interesse formativo e científico passa a atender as demandas de um modelo que atenda às necessidades de empregabilidade (Lesnieski, Trevisol e Bechi, 2023). Esse fenômeno é parte de um processo maior de dominação, no qual as classes dominantes buscam estabelecer suas concepções de mundo e valores como senso comum (Farias, 2022). Assim, os pesquisadores em comunicação também estão sujeitos à pressão por integrar um sistema educativo de práticas de gestão empresarial, que fortalece estruturas utilitaristas e enfraquece a formação crítica-emancipadora. Tal fenômeno, entretanto, não é isolado, mas sim parte de um movimento amplo de captura da educação pública, incluindo a pós-graduação, pela retórica neoliberal.

No que concerne à pressão por produtividade, ignorando as dificuldades sociais e pessoais, há um crescente aumento de níveis de estresse, ansiedade e outros problemas de saúde mental em estudantes de pós-graduação (Carvalho *et al.*, 2023). Esses problemas têm impactado diretamente o resultado final das investigações, uma vez que a pós-graduação tem priorizado produtividade, controle e eficiência, em detrimento ao conhecimento e ao exercício da cidadania (Carvalho *et al.*, 2023). Nessa senda, um modelo de estudo, pesquisa e extensão que valoriza a quantidade de trabalho do que a qualidade do conhecimento transforma a pós-graduação em uma fábrica meritocrática, favorável ao acúmulo de capital, que precariza as condições de vida dos pesquisadores.

Para além disso, os interesses investigativos dos Grupos de Pesquisa (GPs) dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação no Sul do Brasil têm se centrado, em boa parte, no uso das tecnologias e seu impacto na sociedade, na convergência midiática, nas redes sociais e na digitalização. Tal alinhamento absorve as dinâmicas do mercado global associado ao fortalecimento das indústrias criativas e digitais, além da crescente ênfase no desenvolvimento de soluções inovadoras capazes de atender às

demandas da economia criativa. Essa reprodução massiva é reflexo da produção e controle do empresariado na organização ideológica de vários campos da sociedade, sobretudo da educação, com uma lógica que perpetua a ciência como uma moeda de troca (Tarlau Balieiro *et al.*, 2023). Com isso, há uma visão reprodutora de um campo científico ligado a, por um lado, compreender esse campo de reprodução político-ideológica e, por outro lado, a prática de maximização dos resultados por meio do reforço desta agenda nas práticas comunicativas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisar como os interesses investigativos das linhas de pesquisa dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação do Sul do Brasil vêm sendo impactados pelo empresariamento da educação, é possível identificar um cenário marcado por tensões e contradições. De um lado, os programas ainda demonstram compromisso com pautas de relevância social, como a democratização da informação, a promoção da cidadania, a valorização das práticas educomunicativas e a ética profissional. Esses temas refletem um esforço para manter a pesquisa alinhada às necessidades coletivas e ao fortalecimento da esfera pública. De outro lado, observa-se um redirecionamento progressivo das agendas investigativas em direção a temáticas alinhadas à lógica de mercado, nas quais o valor do conhecimento é medido por sua aplicabilidade econômica, pela geração de capital intelectual e por sua aderência aos discursos da inovação, das tecnologias digitais e da indústria criativa.

Esse movimento expressa a consolidação de um modelo de universidade regulado por métricas de produtividade, competitividade e captação de recursos, em que a pressão por desempenho e visibilidade internacional passa a moldar a vida acadêmica. No campo da comunicação, essa lógica se traduz na reorganização das linhas de pesquisa, cada vez mais voltadas para áreas como comunicação digital, convergência midiática, inovação tecnológica e economia criativa, frequentemente vinculadas às demandas de um mercado volátil e em constante transformação. Nesse processo, compromete-se o papel da pesquisa como prática crítica e emancipatória, que deveria priorizar a análise das desigualdades estruturais, a pluralidade cultural e a ampliação da cidadania comunicacional.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, Socorro Taynara Araújo; SOUZA, Sâmmia Rodrigues de; SANTOS FILHO, José Antônio dos; ANDRÉ SOUSA ROCHA. Sofrimento Psíquico em Estudantes de Pós-Graduação: reflexões sobre os impactos do neoliberalismo. **Psicologia e Saúde em debate**, [S. l.], v. 9, n. 2, p. 1–11, 2023. Disponível em: <https://www.psicodebate.dpgpsifpm.com.br/index.php/periodico/article/view/982>. Acesso em: 18 ago. 2024.

DA COSTA, C. F.; GOULART SILVA, S. M. Novo neoliberalismo acadêmico e o Ensino Superior no Brasil. **Revista Eletrônica de Administração**, [S. l.], v. 25, n. 3, p. 6–35, 2019. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/read/article/view/89569>. Acesso em: 8 set. 2024.

DARDOT, P.; LAVAL, C. **A nova razão do mundo**: ensaios sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.

EVANGELISTA, O.; SHIROMA, E. O caráter histórico da pesquisa em educação. **Revista de Estudios Teóricos y Epistemológicos en Política Educativa**, [S. l.], v. 4, p. 1–14, 2019. DOI: 10.5212/retepe.v.4.020. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/retepe/article/view/14567>. Acesso em: 8 ago. 2024.

FARIAS, A. M. Estado Ampliado e o Empresariamento da Educação Pública. **Revista Trabalho Necessário**, v. 20, n. 42, p. 01-24, 22 jul. 2022. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/trabalhonecessario/article/view/53532>. Acesso em: 25 ago. 2024.

FREITAS, Luiz Carlos de. **A reforma empresarial da educação**: novas direita, velhas ideias. São Paulo: Expressão Popular, 2018.

LESNIESKI, M. S.; TREVISOL, M. G. BECHI, D. Gerencialismo e performatividade na educação superior: apontamentos sobre a incorporação de uma cultura neoliberal. *Revista de Educação Pública*, [S. l.], v. 32, n. jan/dez, p. 686–705, 2023. DOI: 10.29286/rep.v32jan/dez.14097. Disponível em: <https://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/educacaopublica/article/view/14097>. Acesso em: 15 out. 2024.

LIMA, M.; MACIEL, S. L. Limites da mercantilização e o aprofundamento do empresariamento da educação pública no Brasil. **Revista Eletrônica de Educação**, [S. l.], v. 17, p. e6206046, 2023. Disponível em: <https://www.reveduc.ufscar.br/index.php/reveduc/article/view/6206>. Acesso em: 8 dez. 2024.

PIRES DE ANDRADE, M. C.; CARDOSO DA MOTTA, V. O Empresariamento da Educação de Novo Tipo e seus Agentes: O Empresariado Educacional do Tempo Presente. **Revista Trabalho Necessário**, v. 20, n. 42, p. 01-27, 22 jul. 2022. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/trabalhonecessario/article/view/54290>. Acesso em: 25 out. 2024.

SAVIANI, D. **A Pedagogia histórico-crítica**: primeiras aproximações. 11 ed. Campinas, SP: Autores Associados, 2012.

TARLAU BALIEIRO, L.; NABÃO LOPES FERREIRA, F.; LUIZ NEVES DE AZEVEDO, M. O avanço neoliberal em uma cultura plataformizada: onde fica a subjetividade da educação? **Revista Cocar**, [S. l.], v. 19, n. 37, 2023. Disponível em: <https://periodicos.uepa.br/index.php/cocar/article/view/7615>. Acesso em: 8 dez. 2024.