

O BRASIL NÃO PRECISA DAS CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS: uma leitura possível da publicidade governamental sobre o Enem

BRAZIL DOES NOT NEED HUMAN AND SOCIAL SCIENCES: a possible reading of government advertising about Enem

EL BRASIL NO NECESITA CIENCIAS HUMANAS Y SOCIALES: una posible lectura de la publicidad del gobierno sobre el Enem


Bianca Zanella Ribeiro

Doutoranda em Ciências da Comunicação (Universidade do Minho, Portugal). Servidora pública lotada na Universidade Federal do Tocantins (UFT). b.zanella@gmail.com.

 0000-0002-0183-8417

Daniella Lisieux de Oliveira Navarro

Doutoranda em Ciências da Comunicação (Universidade do Minho, Portugal). Técnico Administrativo em Educação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). daniella.ufjf@gmail.com.

 0000-0001-5235-6402

Helena Zanella Prates

Doutoranda em Educação, Arte e História da Cultura (Universidade Presbiteriana Mackenzie). Pesquisadora no projeto LabCine - Laboratório de Artes Cinemáticas e Visualização na Universidade Presbiteriana Mackenzie. helena.prates@gmail.com.

 0000-0003-0250-124X

Teresa Ruão

Doutora em Ciências da Comunicação (Universidade do Minho, Portugal). Professora associada do Departamento de Ciências da Comunicação do Instituto de Ciências Sociais e Diretora-Adjunta do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade desta instituição. truao@ics.uminho.pt.

 0000-0002-9723-8044

1

Introdução

A união de esforços é uma prerrogativa recorrente quando se pensa em soluções para problemas complexos. A experiência costuma demonstrar ser verdadeira a ideia de que a soma de diferentes visões e habilidades, numa abordagem holística das questões que afetam a sociedade, é positiva e favorece melhores resultados.

Correspondência: Universidade Federal do Tocantins, Reitoria, DIRETORIA DE COMUNICAÇÃO. Quadra 109 Norte Avenida NS 15, Plano Diretor Norte, 77001090 - Palmas, TO – Brasil.

Recebido em: 16.02.2020.

Aceito em: 20.03.2020.

Publicado em: 01.04.2020.

RESUMO:

O presente texto apresenta uma análise crítica das campanhas oficiais de divulgação do Enem nos anos de 2019 e 2020 em meio a um cenário de tensões políticas entre governo e universidades federais, marcado, também, pela pandemia de coronavírus. O estudo demonstra uma representação parcial, no âmbito da publicidade governamental brasileira, das ciências e da educação superior, caracterizada, principalmente, pela sobrevalorização de cursos das Ciências da Saúde e formações tradicionalmente valorizadas pelo mercado de trabalho, como Direito e Engenharia, em contraste com a relativa invisibilidade das Ciências Humanas, Sociais e demais áreas do conhecimento.

PALAVRAS-CHAVES: Comunicação; Ciência; Educação Superior; Propaganda; Publicidade Governamental.

¹ As autoras agradecem a professora Monique Buzatto pela revisão da versão em inglês deste artigo.

Em meio a uma crise global sem precedentes provocada pela pandemia de coronavírus (COVID-19) e declarada pela Organização Mundial da Saúde em 11 de março de 2020, muitos apelos têm sido feitos à solidariedade, e todos os indivíduos, de modo geral, têm sido convocados a “fazer sua parte” como cidadãos, mesmo que isso signifique apenas ficar em casa para que aqueles que atuam em atividades consideradas essenciais, as quais precisam ser realizadas de forma presencial, possam se deslocar e trabalhar sem maiores aglomerações, a fim de reduzir a disseminação do vírus.

Como profissionais ditos “essenciais”, normalmente, são lembrados em primeiro lugar, aqueles que atuam na metafórica “linha de frente” de combate ao coronavírus, ou seja, médicos e enfermeiros, seguidos por diversos outros que, mesmo em funções que não exigem formação superior como profissionais de limpeza, entregadores e caminhoneiros, têm-se revelado absolutamente importantes neste momento.

Mas, traçando um paralelo para além do nível operacional e pensando em termos de habilitações específicas de nível superior, ressaltando-se o fato de que os novos tempos têm mostrado que inúmeras atividades podem, sim, ser adaptadas e realizadas satisfatoriamente de modo remoto, e ressaltando-se o fato de que o governo federal brasileiro tem reiteradamente defendido a retomada das atividades econômicas, com ênfase na reabertura da indústria e do comércio, quais profissionais dos mais altos níveis de qualificação estão sendo requisitados para contribuir ativamente na elaboração de estratégias que possibilitem a reversão da crise atual e quais profissionais estão sendo convidados a “apenas ficar em casa”, ou simplesmente a voltar ao trabalho rotineiro sem envolverem-se com estas questões?

A fim de responder esta pergunta, e com base na hipótese de que as Ciências Humanas e Sociais não costumam ser invocadas ou valorizadas em equipes multidisciplinares quando se trata de encontrar soluções práticas para situações críticas, propomos aqui uma análise acerca da publicidade governamental que trata da principal forma de acesso ao Ensino Superior no Brasil – o Exame Nacional do Ensino Médio (Enem²), que por conseguinte constitui-se como uma das principais vitrines para a imagem das universidades públicas do país.

² O Enem é realizado pelo Ministério da Educação por meio do Instituto Nacional de Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep) e anualmente mobiliza milhões de estudantes interessados em concorrer a vagas em universidades públicas através do Sistema de Seleção Unificada (Sisu), a bolsas de estudo em universidades privadas por meio do Programa Universidade para Todos (Prouni), a créditos de financiamento estudantil, pelo Fies, e, até mesmo a vagas em instituições estrangeiras que utilizam a nota do Exame como critério de admissão.

Tal estudo tem como objetivo identificar, no contexto brasileiro, qual ou quais discursos estão presentes e são institucionalizados por meio de peças de comunicação de utilidade pública especialmente no que se refere à representação de diferentes áreas do conhecimento científico e de formação de nível superior.

Contextualização

A filosofia e a matemática talvez sejam as ciências mais antigas do mundo, estudadas desde os primórdios do desenvolvimento da humanidade na busca por respostas para questões que desde sempre inquietaram os seres humanos. Mas, apesar de terem as mesmas origens nobres no conhecimento clássico, o avanço do capitalismo, com seus processos avaliativos e pressões por performance e resultados, associados à imposição cartesiana sobre o método científico, acabaram por gerar, entre muitos efeitos colaterais, a ideia de que as Ciências Humanas e Sociais não são ciências “verdadeiras”, e, ainda, a ideia de que elas não são úteis, haja vista que sua influência nas sociedades normalmente não é imediata, além de ser difícil de ser mensurada.

Assim, criou-se uma noção de que o mundo, em geral, não precisa das humanidades, das artes ou das ciências sociais, como se tais conhecimentos representassem luxos supérfluos para tempos de paz e tranquilidade. Com efeito, essa noção se faz mais presente, e, portanto, importante de ser abordada, justamente em momentos como agora, em que uma série de questões urgentes e cruciais demandam nossa atenção.

Em tempos de pandemia e desinformação, temos visto a ciência, os cientistas e as instituições científicas serem representados de muitas formas contraditórias, ora como entidades heroicas e esperança de cura para os males que nos afligem, ora como inimigos e conspiradores, quando apresentam resultados de pesquisas que parecem “inconvenientes” a determinados propósitos, como aqueles que sustentam a importância do isolamento social para o controle da COVID-19 e a ineficácia de tratamentos anunciados como “milagrosos” pelo *lobby* do mercado.

No Brasil, essa ambiguidade parece ser sentida de forma mais profunda, tendo em vista a acirrada polarização política e o posicionamento do atual governo federal, que desde o princípio trava uma guerra ideológica contra universidades e instituições científicas, colocando-se contra a ciência em diversas situações, e, especialmente, contra as ciências humanas e sociais.

Bem antes do presidente Bolsonaro confrontar a equipe técnica do Ministério da Saúde durante a crise de coronavírus, substituir médicos e profissionais da saúde por

militares em funções estratégicas de combate à epidemia, defender o uso de medicamentos ainda sem eficácia comprovada (GARCIA & GOMES, 2020), transgredir as regras de isolamento social consideradas fundamentais no combate à COVID-19 (O GLOBO, 2020) ou impor mudanças comprometedoras sobre a transparência na divulgação de dados relativos à COVID-19 no país (G1, 2020), entre outras tantas medidas e falas que poderiam ser classificadas como anticientíficas, o governo federal e universidades vêm travando uma guerra simbólica, cuja principal arma é o discurso com o qual disputam o apoio da opinião pública.

Na visão do atual governo brasileiro, as universidades públicas são caracterizadas como polos improdutivos (GRANDELLE & KAPA, 2018), focos de “balbúrdia” (AGOSTINI, 2019), de doutrinação e drogas (G1, 2019), além de habitat de “zebras gordas” e “parasitas”, conforme a denominação atribuída por ministros a professores e servidores públicos (SAKAMOTO, 2020). Boa parte delas seria, segundo o presidente, “dinheiro jogado fora” (GRANDELLE & KAPA, 2018) por não realizarem pesquisas (BOLSONARO, 2019) – ainda que mais de 90% das pesquisas do país sejam realizadas nestas instituições (CLARIVATE ANALYTICS, 2017).

Mas, de todas as áreas científicas que rejeitam, é das Ciências Humanas e Sociais que Bolsonaro e sua equipe parecem gostar menos. Em abril de 2019 o ministro da Educação, Abraham Weintraub, afirmou que pretendia realocar recursos das faculdades de Filosofia e Sociologia para faculdades que geram retorno de fato, “como *enfermagem, veterinária, engenharia e medicina*” (REVISTA FÓRUM, 2019, *grifo nosso*). A fala foi endossada pelo presidente que, no Twitter, afirmou que o Ministério da Educação (MEC) estudava “descentralizar investimento em faculdades de *filosofia e sociologia (humanas)*” com o objetivo de focar “em áreas que gerem *retorno imediato* ao contribuinte, como: *veterinária, engenharia e medicina*” (BOLSONARO, 2019, *grifo nosso*). A medida tinha mais o intuito de marcar uma posição do que efetivamente gerar impacto relevante nas áreas que supostamente seriam beneficiadas. Isso porque, já naquela época, os gastos do principal órgão nacional de fomento as pesquisas, o CNPq³, bolsas para as Ciências Humanas representavam apenas 1,4% do total distribuído, enquanto as Engenharias, uma das áreas destacadas como prioritárias, já recebiam cerca de 20% do valor (ILHÉU, 2019).

Em nota, a Associação Nacional de Pós-graduação em Filosofia (Anpof) repudiou as declarações do governo e ressaltou a importância dos cursos de humanidades para provocar reflexões “indispensáveis ao desenvolvimento cultural e social e à construção

³ Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico.

de sociedades mais justas e criativas” (ANPOF, 2019). Para a Associação, ao apresentar tal proposta, Weintraub e Bolsonaro:

[...] ignoram a natureza dos conhecimentos da área de humanidades e exibem uma visão tacanha de formação ao supor que enfermeiros, médicos veterinários, engenheiros e médicos não tenham de aprender sobre seu próprio contexto social nem sobre ética, por exemplo, para tomar decisões adequadas e moralmente justificadas em seu campo de atuação. (ANPOR, 2019)

Provando que a desvalorização das Ciências Humanas e Sociais não é uma exclusividade do Brasil, o referido redirecionamento estratégico de recursos foi inspirado no caso do Japão, país que, de fato, promoveu cortes de investimentos nessas áreas após a Segunda Guerra Mundial e em 2015, quando o governo tentou impulsionar as universidades nipônicas nos *rankings* internacionais de educação. O governo brasileiro, no entanto, ignorou que o próprio governo japonês admitiu posteriormente que os resultados de tal política não foram tão expressivos quanto era esperado e resolveu voltar atrás a partir de 2020, reconhecendo a necessidade de fomentar “recursos humanos que possam conectar a ciência à política, a administrações e a vários outros setores [...], com perspectivas históricas e internacionais e conhecimento geopolítico” (JAPÃO, 2018). Para o governo japonês, parece estar claro que é “preciso, principalmente, trabalhar com a interdisciplinaridade e reunir especialistas de diversas áreas, inclusive das humanidades e ciências sociais, para promover a inovação e o desenvolvimento” (ILHÉU, 2019, np)

Mesmo assim, o posicionamento do governo de Bolsonaro, com a Educação sob a gerência de Weintraub, acabou sendo ratificado em edital do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (Pibic) publicado pelo CNPq em abril de 2020, o qual estipulou que as bolsas deveriam estar vinculadas a pelo menos uma das chamadas “Áreas de Tecnologias Prioritárias” do Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC), excluindo, assim, a maior parte das pesquisas em artes e humanidades (CRUZ, 2020, np).

Ainda sobre essa questão, é interessante notar que uma portaria publicada pelo no Diário Oficial da União em 2 de abril de 2020 determinou o cadastro obrigatório de profissionais de diversas categorias para trabalhar, em caráter especial, pelo Sistema Único de Saúde (SUS) no combate ao novo coronavírus (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2020). As 14 formações incluídas na convocação foram: serviço social, biologia, biomedicina, educação física, enfermagem, farmácia, fisioterapia e terapia ocupacional, fonoaudiologia, medicina, medicina veterinária, nutrição, odontologia, psicologia e

técnicos em radiologia. Outras áreas além da saúde, entretanto, não receberam reforços do Governo Federal.

Referencial Teórico

A organização dos saberes e do conhecimento

De forma a proporcionar uma maneira sistemática de organizar informações relativas à ciência e ao âmbito acadêmico, costuma-se agrupar formações, cursos, projetos de pesquisas, recursos humanos e outros, segundo critérios de afinidade, nas chamadas áreas do conhecimento.

No Brasil, as principais referências quanto a esta categorização são a Capes (Fundação Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal e Nível Superior) e o CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico).

A Capes classifica suas 49 áreas de avaliação em nove Grandes Áreas dentro de três Colégios: o Colégio de Ciências da Vida engloba as Ciências Agrárias, as Ciências Biológicas e as Ciências da Saúde – onde se incluem as áreas de Medicina e Enfermagem, entre outras. O Colégio de Humanidades abrange a área definida como Linguística, Letras e Artes, as Ciências Humanas – onde se incluem, entre outras, as áreas de Sociologia e Filosofia –, e as Ciências Sociais Aplicadas – onde se inserem as áreas de Comunicação, Economia e Direito, por exemplo. Finalmente, o Colégio de Ciências Exatas, Tecnológicas e Multidisciplinar compreende as Ciências Exatas e da Terra, como a Matemática e a Física, as Engenharias e as Ciências Multidisciplinares, como o Ensino e as Ciências Ambientais (FUNDAÇÃO COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR [s.d.]).

Já o CNPq considera oito Áreas – que correspondem a todas as “Grandes Áreas” da Capes menos a Área Multidisciplinar, e 75 subáreas, além de centenas de outras subdivisões ainda mais específicas (CONSELHO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO CIENTÍFICO E TECNOLÓGICO [s.d.]).

O Quadro 1 oferece um panorama comparativo entre essas duas classificações e demonstra a diversidade compreendida no âmbito da Educação Superior.

Quadro 1 Tabela de Áreas do Conhecimento conforme a classificação do CNPq.

Grandes Áreas/Áreas do Conhecimento	Subáreas (75, conforme o CNPq)	Áreas (49, conforme a Capes)
-------------------------------------	--------------------------------	------------------------------

Ciências Agrárias	Agronomia; Ciência e Tecnologia de Alimentos; Engenharia Agrícola; Medicina Veterinária; Recursos Florestais e Engenharia Florestal; Recursos Pesqueiros e Engenharia de Pesca; Zootecnia	Ciência de Alimentos; Ciências Agrárias; Medicina Veterinária; Zootecnia
Ciências Biológicas	Biofísica; Biologia Geral; Bioquímica; Botânica; Ecologia; Farmacologia; Fisiologia; Genética; Imunologia; Microbiologia; Morfologia; Parasitologia; Zoologia	Biodiversidade; Ciências Biológicas (I, II e III)
Ciências da Saúde	Educação Física; Enfermagem; Farmácia; Fisioterapia e Terapia; Ocupacional; Fonoaudiologia; Medicina; Nutrição; Odontologia; Saúde Coletiva	Educação Física; Enfermagem; Farmácia; Medicina (I, II e III); Nutrição; Odontologia; Saúde Coletiva
Ciências Exatas e da Terra	Astronomia; Ciência da Computação; Física; Geociências; Matemática; Oceanografia; Probabilidade e Estatística; Química	Astronomia/Física; Ciência da Computação; Geociências; Matemática/Probabilidade e Estatística; Química
Ciências Humanas	Antropologia; Arqueologia; Ciência Política; Educação; Filosofia; Geografia; História; Psicologia; Sociologia; Teologia	Antropologia/Arqueologia; Ciência Política e Relações Internacionais; Ciências da Religião e Teologia; Educação; Filosofia; Geografia; História; Psicologia; Sociologia
Ciências Sociais Aplicadas	Administração; Arquitetura e Urbanismo; Ciência da Informação; Comunicação; Demografia; Desenho Industrial; Direito; Economia; Economia Doméstica; Museologia; Planejamento Urbano e Regional; Turismo	Administração Pública e de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo; Arquitetura, Urbanismo e Design; Comunicação e Informação; Direito; Economia; Planejamento Urbano e Regional/Demografia; Serviço Social
Engenharias	Engenharia Aeroespacial; Engenharia Biomédica; Engenharia Civil; Engenharia de Materiais e Metalúrgica; Engenharia de Minas; Engenharia de Produção; Engenharia de Transportes; Engenharia Elétrica; Engenharia Mecânica; Engenharia Naval e Oceânica; Engenharia Nuclear; Engenharia Química; Engenharia Sanitária	Engenharias (I, II, III e IV)
Linguística, Letras e Artes	Artes; Letras; Linguística	Artes; Linguística e Literatura
Multidisciplinar	<i>[Não tem]</i>	Biotecnologia; Ciências Ambientais; Ensino; Interdisciplinar; Materiais

Fonte: Elaboração das autoras com base em dados da Capes e do CNPq.

Embora as estruturações feitas pela Capes e pelo CNPq não sejam absolutamente correspondentes, elas possuem um considerável nível de semelhança e nos permitem compreender, de modo geral, como se organiza o conhecimento acadêmico e científico. Neste estudo, optamos por considerar especialmente a classificação do CNPq por entendermos que esta apresenta maior aderência com a ideia de formações superiores existentes por áreas do conhecimento, ainda que as subáreas não correspondam exatamente a cursos de graduação, os quais são ainda mais numerosos e específicos. De todo modo, ela oferece uma correspondência suficientemente razoável para embasar nossa análise, como mostraremos adiante.

Análise de Conteúdo e Análise do Discurso

Estabelecida como um conjunto diversificado de técnicas para a análise das comunicações, a Análise de Conteúdo (AC) tem como objetivo obter, por meio de procedimentos sistemáticos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores – quantitativos ou qualitativos – “que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens” (BARDIN, 1977, p. 42). Sua utilização, segundo Bardin (idem), é própria para responder dois tipos de perguntas: “o que é que conduziu a um determinado enunciado” e “quais as consequências que um determinado enunciado vai provavelmente provocar” (BARDIN, 1977, p. 39) –, o que se refere a possíveis efeitos das mensagens, como uma campanha publicitária, por exemplo.

Unindo dados quantitativos a uma atitude de “vigilância crítica” (BARDIN, 1977, p. 28), a AC rejeita a leitura simples e leiga do real, que considera ingênua, e procura ir além daquilo que Berelson (*in* BARDIN, 1977) chamou de “conteúdo manifesto das mensagens”, permitindo, por uma dupla leitura – a das evidências e a das aparências –, a procura pelo “latente, o não-aparente, o potencial inédito (do não-dito) retido por qualquer mensagem” (BARDIN, 1977, p. 9).

Fica claro, portanto, que é uma constante na AC “a ideia de que há um ‘discurso aparente’ que precisa ser desvendado” (ROCHA & DEUSDARÁ, 2006, p. 32), e que a “desocultação” deste deve ser guiada por processos técnicos cientificamente validados de dedução e inferência, como ocorre em outras ciências, do mesmo modo que, por exemplo, “o médico faz deduções sobre a saúde do seu cliente graças aos sintomas” (BARDIN, 1977, p. 41).

Da perspectiva da Análise de Conteúdo, a Análise do Discurso (AD) e, por conseguinte, a Análise Automática do Discurso (AAD) preconizada por Michel Pêcheux

(1969), constituem uma das diferentes técnicas do arcabouço de ferramentas englobado na AC que, no entanto, Bardin (1977) considera uma proposta quase utópica, ambiciosa teoricamente, mas impraticável como instrumento analítico.

Por outro lado, a Análise do Discurso (AD) preconizada, dentre outros, por Pêcheux (1990) e Teun A. Van Dijk (2005), tenta desvincular-se da AC como uma metodologia própria da linguística, buscando estabelecer a relação entre linguagem e ideologia, e aprofundar a noção de discurso como instrumento de prática política, necessariamente vinculada a um contexto sócio-histórico e a relações de poder entre sujeitos dotados de intencionalidade. Neste sentido, para Pêcheux (1990), o problema da AC seria tentar fazer-se prática através da apropriação de instrumentos quantitativos sem ser suficientemente teórica para sustentar-se de forma conceitual (ROCHA & DEUSDARÁ, 2006).

Segundo Maingueneau (1997, p. 11), “toda produção de linguagem [seja ela textual, imagética ou outra] pode ser considerada ‘discurso’”, posto que não pode ser compreendida de forma dissociada da visão de mundo dos sujeitos envolvidos na comunicação e das conjunturas históricas.

Com relação ao conceito-chave de ideologia, Wodak e Meyer (2001) lembram que essa terminologia já esteve carregada de conotação pejorativa durante a era do facismo, do comunismo e da Guerra Fria, períodos em que democracia e ideologia foram confrontadas como bem versus mal. Interessante notar que o próprio governo de Jair Bolsonaro, como já mencionado, produz uma conotação negativa de ideologia ao defender um ensino “neutro”, livre da suposta doutrinação imposta por professores e universidades (LIMA, 2019), como se a negação da ideologia não fosse, também, essencialmente ideológica.

A despeito dessa possibilidade de deturpação do conceito, “a definição central de ideologia como um conjunto coerente e relativamente estável de crenças ou valores tem permanecido o mesmo na ciência política ao longo do tempo⁴” (WODAK & MEYER, 2001, p. 8, tradução nossa).

Sobre a assimilação dos sentidos propostos pelo discurso, Pêcheux (1990) explica que dentro dos espaços discursivos encontram-se aqueles sentidos que são logicamente estabilizados. Por exemplo, o sentido de casado, exclui o sentido de solteiro, o sentido de grande, exclui o sentido de pequeno e assim sucessivamente:

⁴ Do original “[...] the core definition of ideology as a coherent and relatively stable set of beliefs or values has remained the same in political science over time”.

Nesses espaços discursivos (que mais acima designamos como “logicamente estabilizados”) supõe-se que todo sujeito falante sabe do que se fala, porque todo enunciado produzido nesses espaços reflete propriedades estruturais independentes de sua enunciação (PÊCHEUX, 1990, p. 31).

Como observa Orlandi (2015, p. 67), “as palavras refletem sentidos de discursos já realizados, imaginados ou possíveis”. Assim, nenhuma mensagem pode ser considerada um produto objetivo e acabado, visto que pode ser constantemente reinterpretada. Tampouco pode ser considerada como algo absolutamente transparente ou literal, visto que entre a sua codificação e respectiva decodificação reside um sem-número de subjetividades e opacidades que influenciam a sua construção e a sua leitura, ou seja, influenciam o discurso e a sua própria análise.

Outro ponto que se faz útil nesta análise e que está presente tanto na ideia de ausências da AC quanto na AD é a observação daquilo que é excluído do texto ou do discurso visual, assumindo-se que aquilo que deixa de ser dito também possui significado. Segundo Van Dijk (2005, p. 44), quando é possível demonstrar que a informação omitida por um discurso faz parte do modelo mental proposto por ele ou pelo conhecimento geral partilhado sobre aquele assunto, esta omissão passa a ser também uma propriedade relevante do discurso e deve ser observada pelo analista.

Finalmente, seja por um viés de AC ou de AD, fica mais do que clara a importância de não ficarmos sujeitos à linguagem e às mensagens a que estamos expostos, mas sim nos posicionarmos criticamente no processo de comunicação.

Metodologia

Conforme reconhece Dijk (2005), “a ACD não oferece um método de análise discursiva pronto a ser aplicado”, e “para cada estudo é necessário efetuar uma análise teórica exaustiva de um assunto social, de forma a possibilitar a seleção das estruturas discursivas e sociais que serão analisadas e relacionadas” (DIJK, 2005, p. 38).

Tendo em vista a utilidade, tanto da AC quanto da AD mas, por outro lado, as limitações teóricas de uma e práticas de outra apontadas anteriormente, neste trabalho optamos por uma metodologia mista que reúne elementos de categorização próprios da AC com o método de análise de macroestruturas desenvolvido na AD. Desta forma, procuramos reunir dados mais abrangentes, quantitativos e qualitativos, a fim de responder nossa pergunta inicial sobre quais profissionais ou áreas do conhecimento de

nível superior estão sendo requisitadas a contribuir de forma ativa diante do cenário da pandemia do novo coronavírus, por meio de uma leitura interpretativa da publicidade governamental acerca do Enem.

A AC, de modo geral, incluindo-se aqui a AD como parte integrante deste conjunto metodológico, pressupõe as fases de pré-análise, exploração do material e inferência (BARDIN, 1977).

Na pré-análise, a partir da observação preliminar de peças publicitárias (“leitura flutuante”) e da percepção inicial de que a menção a determinadas profissões constituía um elemento central do discurso apresentado, tratamos de reunir todas as peças – estáticas e audiovisuais – relativas à campanha oficial de divulgação do Enem 2020, promovida pelo MEC. Adicionalmente, optamos por extrapolar esta amostra e incluir as peças da campanha de divulgação da edição anterior do Exame (Enem, 2019), a fim de verificar se havia mudanças significativas no discurso veiculado durante o período da pandemia em relação ao momento anterior.

Assim, para compor o *corpus* analítico, foram compiladas e classificadas todas as imagens estáticas publicadas em posts referentes ao prazo e ao processo de inscrições do Exame com as *hashtags* #Enem2019 e #Enem2020 na página oficial do MEC (@ministeriodaeducacao) no Facebook⁵. Dos posts recuperados na busca automática foram descartados *reposts* (imagens idênticas republicadas) e publicações que faziam referência a questões diversas, como orientações sobre procedimentos na hora da prova ou informações sobre o esquema de segurança para a realização do Exame, mantendo-se o foco nas publicações que se configuravam como chamadas à participação. Desta busca, resultou um total de 60 (sessenta) imagens estáticas, sendo 46 (quarenta e seis) referentes ao Enem 2019 e 14 (quatorze) referentes ao Enem 2020, além de três vídeos (publicados originalmente pelo MEC no YouTube, compartilhados nas demais plataformas e veiculados também na televisão), sendo um referente à edição de 2019 do Exame e dois referentes à edição de 2020, conforme sintetizado no Quadro 2.

⁵ O Facebook foi escolhido como fonte para a coleta das peças por ser a plataforma de mídia social mais utilizada e com maior penetração no Brasil (We Are Social; Hootsuite, 2019), apesar do crescimento e da relevância de outras – como o Twitter e o Instagram. Com relação a estas, observou-se que, apesar de suas características particulares, salvo por questões de adequação de formato, as publicações feitas pelo MEC pertinentes a este estudo são praticamente idênticas às que aparecem no Facebook, onde o Ministério da Educação possui maior número de seguidores. Ademais, outro motivo para a escolha do Facebook foi a sua funcionalidade de pesquisa mais refinada que permite a busca simultânea de conteúdos por *hashtag* e autor das publicações, o que não é possível nas outras plataformas (que exibiriam como resultado *posts* de todos os usuários que mencionaram as *hashtags* #Enem2019 ou #Enem2020).

Quadro 2 Composição do corpus de pesquisa.

Especificações	Enem 2019	Enem 2020
Fontes de coleta	Facebook @ministeriodaeducacao	
Filtros	1. #Enem2019 ou #Enem2020 2. <i>Posts</i> com imagens estáticas ou vídeos 3. Publicações referentes a prazos e procedimentos de inscrições 4. Não ser <i>repost</i> (republicação de imagem idêntica à outra publicada anteriormente)	
Período de publicação das imagens coletadas no Facebook	De 27/02/2019 a 16/05/2019 (78 dias)	De 31/03/2020 a 26/05/2020 (56 dias)
Imagens estáticas	46	14
Vídeos	1	2
Total de Peças Analisadas	60 imagens estáticas + 03 vídeos = 63	

Fonte: Elaboração das autoras.

Na parte de exploração do material, a qual refere-se à administração de técnicas sobre o corpus realizamos duas etapas – uma quantitativa e outra qualitativa.

Primeiramente procedemos a categorização das peças analisadas, buscando identificar, no conjunto selecionado da publicidade governamental, elementos que caracterizassem representações sociais ou, mais especificamente, que fizessem referências diretas (menções textuais) e/ou indiretas (alusões imagéticas) a profissões, formações de nível superior ou áreas do conhecimento. As imagens foram, assim, classificadas segundo a presença ou não destas referências, segundo o tipo de referência percebido (textual, textual e imagética ou somente imagética) e segundo a profissão, formação ou área referenciada, como resumido no Quadro 3.

Os dados quantitativos foram estruturados conforme as profissões ou áreas do conhecimento referenciadas, a frequência e o tipo de referências, e comparados graficamente às áreas do conhecimento estabelecidas pelo CNPq.

Quadro 3 Modelo de Análise Quantitativa.

Fenômeno em Análise	Dimensões de Análise	Unidades de Análise	Categorias
Publicidade Governamental	Representações sociais institucionalizadas nas mensagens publicitárias	Representações de profissões ou das ciências	1. Menções textuais de nomes de profissões, formações ou áreas do conhecimento 2. Alusões imagéticas a profissões, formações ou áreas do conhecimento

Fonte: Elaboração das Autoras.

Em um segundo momento, procedemos um exercício de Análise Crítica do Discurso com foco na ideia central manifesta nas duas principais peças da campanha do Enem 2020, divulgadas justamente em meio à pandemia de coronavírus. Para tanto, aplicamos o modelo de análise de macroestruturas proposto por Van Dijk ao fragmento textual que se repete nos dois vídeos da campanha, entendendo que é no nível macro que se situam manifestações de poder, dominância e desigualdade (ALEXANDER, B., MUNCH, & SMELSER, 1987).

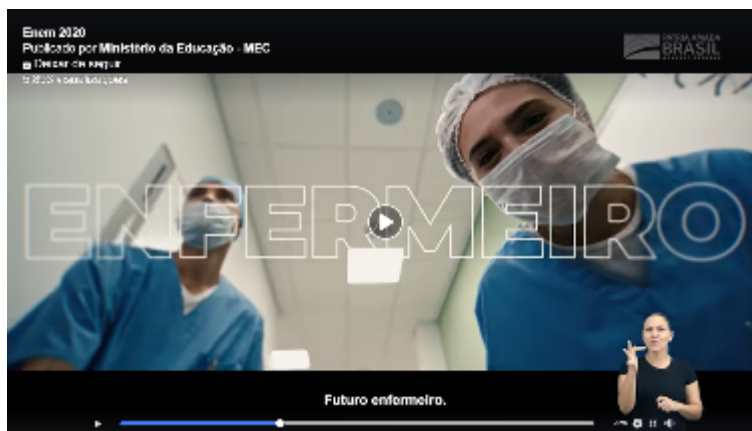
Conforme Anabela Carvalho, tal análise garante ao investigador uma imagem semelhante àquela que é oferecida por um aparelho de raio-x por meio de “regras ou transformações de mapeamento semântico, que vinculam proposições de nível inferior a macro-proposições de nível superior” (CARVALHO, 2000, p. 147).

Assim, buscamos realizar uma leitura aprofundada das mensagens contidas na publicidade sobre o Enem, confrontando-as com o discurso governamental apresentado em outras situações, que aqui é retomado principalmente através de notícias veiculadas na mídia, conforme a contextualização apresentada anteriormente.

Resultados

“O Brasil precisa de você: futuro *médico*, futuro *enfermeiro*, futuro *engenheiro*, futuro *professor...*” (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2020, np, *grifo nosso*) diz o vídeo em tom de urgência e otimismo, lançado em meio à pandemia de coronavírus, para anunciar que a edição de 2020 do Enem estava mantida, e informar o prazo de solicitação da isenção da taxa de inscrição. Com textos em caixa alta sobre imagens que retratam cenas de profissionais em atividade em um hospital, uma construção e uma escola (Figura 1), o vídeo não menciona diretamente a crise provocada pela COVID-19, mas faz uma referência indireta ao momento de quarentena e à retomada das atividades econômicas defendida pelo governo em diversas situações ao enfatizar que “*a vida não pode parar*. Nem seu sonho de ingressar no Ensino Superior” (idem, *grifo nosso*).

Figura 1 Frames do vídeo sobre a isenção da taxa de inscrição do Enem 2020.



DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uff.2447-4266.2020v6n2a15pt>

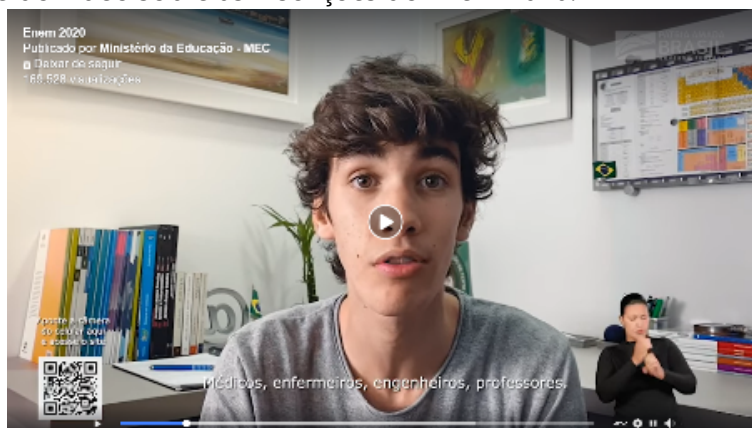
Revista Observatório, Palmas, v. 6, n. 2, p. 1-26, abr.-jun. 2020

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=IQMSrxLzLLk>. Acessado em: 17 maio, 2020.

Dias depois, um novo vídeo, este anunciando a abertura do período de inscrições do Exame, insistia no mesmo ponto – de que “a vida não pode parar” – para sustentar a manutenção do cronograma do Enem que já estava em curso. Em resposta indireta aos estudantes e às lideranças políticas que, fora da propaganda, já vinham se mobilizando a favor do adiamento das provas devido aos impactos da pandemia, o vídeo (Figura 2) reforçava, mais uma vez, a importância de determinadas profissões ao questionar:

E se uma geração de novos profissionais fosse perdida? *Médicos, enfermeiros, engenheiros, professores...* Seria o melhor para o nosso país? *A vida não pode parar.* É preciso ir à luta, se reinventar, superar. Dias melhores virão. (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2020, np, *grifo nosso*).

Figura 2 Frame do vídeo sobre as inscrições do Enem 2020.



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=apufjiGllY0>. Acessado em: 17 maio, 2020.

Estas duas peças audiovisuais são bastante emblemáticas neste momento de pandemia, e justamente por serem apresentadas nesse contexto, à primeira vista, pode parecer que a menção à Medicina e à Enfermagem é apenas uma referência ocasional àqueles profissionais que atuam na chamada “linha de frente” de combate ao coronavírus, complementada pela menção à Engenharia, que poderia ser uma referência à importância atribuída à construção civil para a retomada da economia, e pela figura de professores, em alusão, também, a uma das atividades mais impactadas durante a crise.

Contudo, sem ampliarmos nosso olhar, estendendo-o para um período anterior, observamos que a citação de determinadas profissões, mesmo fora desse contexto, é igualmente restrita e seletiva.

No vídeo de divulgação do Enem 2019, por exemplo, a narrativa gira em torno de um jovem que faz a inscrição no Exame motivado pelo sonho de tornar-se médico-

cirurgião. Assim, outra vez, a figura do profissional da saúde e o ambiente hospitalar são trazidos com destaque à cena (Figura 3).

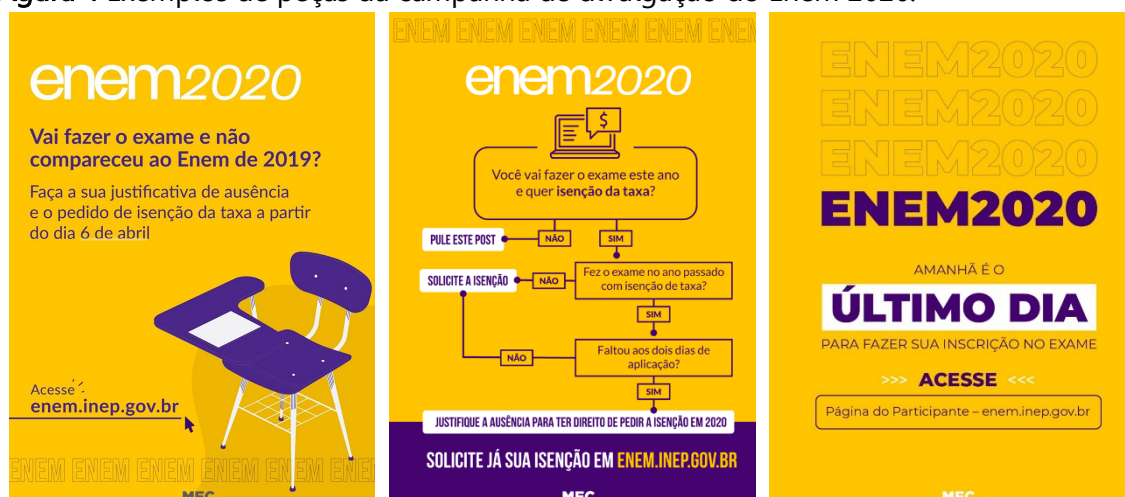
Figura 3 Cena inicial do vídeo de divulgação do Enem 2019.



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=WM9A4XvpIKU>. Acessado em: 12 maio, 2019.

Em termos de imagens estáticas, as publicações feitas durante o período de inscrições do Enem 2020, em estilo minimalista, quase não apresentam elementos figurativos além de alguns poucos ícones e dos próprios textos em caixa alta, seguindo o estilo utilizado nas peças audiovisuais, e não fazem qualquer menção a cursos, profissões ou áreas do conhecimento (Figura 4).

Figura 4 Exemplos de peças da campanha de divulgação do Enem 2020.



Fonte: www.facebook.com/ministeriodaeducacao. Acessado em: 26 maio, 2020.

O mesmo não acontece nas peças estáticas da campanha do Enem 2019. Nestas, entre as 49 imagens catalogadas, encontramos referências a profissões em cinco delas.



Fonte: www.facebook.com/ministeriodaeducacao. Acessado em: 20 maio, 2019.

Assim, temos um total de três vídeos e cinco imagens estáticas (13% do universo analisado) que fazem alusão a determinadas profissões ou áreas do conhecimento, sendo um total de cinco formações específicas mencionadas e duas referências genéricas (às licenciaturas, englobadas no termo “professores”, e às “Ciências Biológicas”, assumindo-se o recipiente laboratorial contendo a folha como uma referência).

Observa-se que a Medicina é a profissão mais referenciada (em cinco peças), seguida da Engenharia (três menções) e da Enfermagem (duas menções). Odontologia e Direito são referenciadas uma vez cada – apenas indiretamente, através de imagens, conforme sintetizado no Quadro 4.

Quadro 4 Profissões ou áreas de formações de nível superior referenciadas na publicidade governamental sobre o Enem.

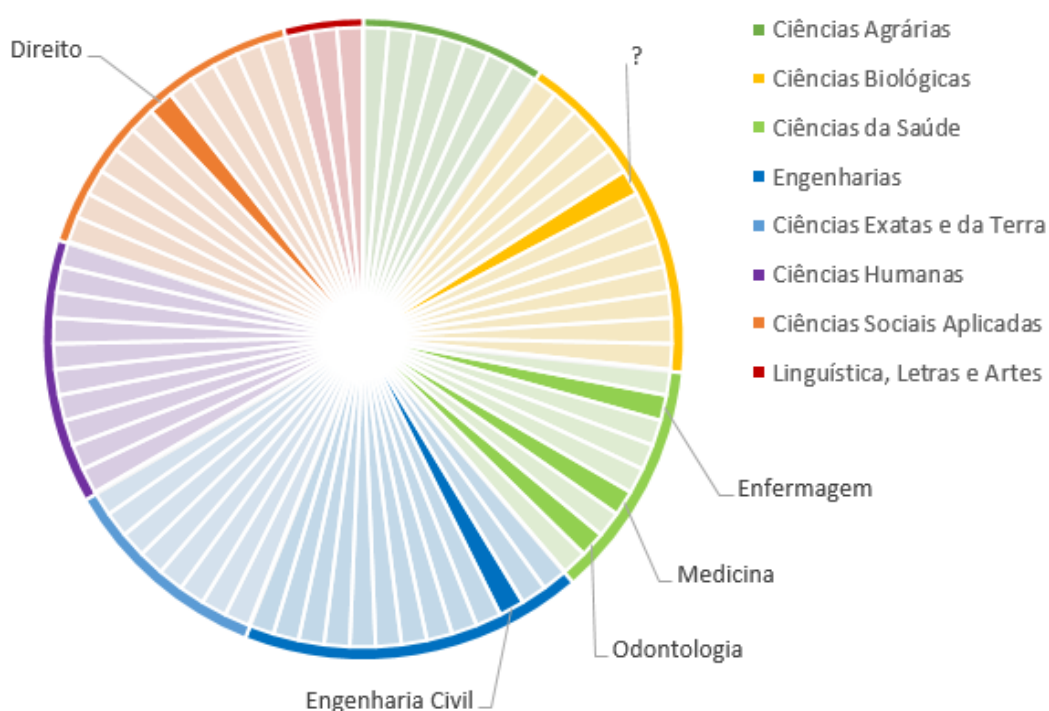
Formação/Área	Número de vezes em que é referenciada simultaneamente em textos e imagens	Número de vezes em que é referenciada somente por imagens	Total
Medicina	4	1	5
Engenharia	3	0	3
Enfermagem	2	0	2
Odontologia	0	1	1
Direito	0	1	1
Licenciaturas em geral	2	0	2
Ciências Biológicas em geral	0	1	1
Total	11	4	15

Fonte: Elaboração das autoras.

Pelo gráfico abaixo, baseado nas áreas do conhecimento definidas pelo CNPq, pode-se perceber de forma ainda mais evidente que apenas uma minúscula parte de toda

a pluralidade do conhecimento científico e de formações de nível superior existentes é mostrada na publicidade governamental. Precisamente, as peças analisadas representam apenas 8% de todas as 75 subdivisões dadas à Ciência, e deste percentual, 50% está concentrado nas Ciências da Saúde⁶.

Figura 7 Subdivisões do conhecimento científico/acadêmico de nível superior mencionadas nas propagandas institucionais do Enem.



Fonte: Elaboração das autoras.

Nota-se que as Ciências Humanas, a área de Linguística, Letras e Artes, e as Ciências Agrárias ficam completamente ofuscadas, assim como praticamente toda a área de Ciências Sociais Aplicadas (reduzida ao Direito) e praticamente toda a área de Ciências

⁶ No gráfico, consideramos a referência genérica às Ciências Biológicas como uma fatia qualquer desta área de conhecimento vasta (que poderia ser Farmacologia, Ecologia, Botânica ou Genética, por exemplo). Além disso, tendo em vista o cenário que parece ser uma construção, em um dos vídeos, e a presença do que parece ser a planta baixa de um imóvel, na imagem estática, consideramos as referências à Engenharia, como específicas à Engenharia Civil. Finalmente, desconsideramos a menção generalista a “professores” nos vídeos do Enem 2020, uma vez que pelo contexto das imagens representando um ambiente escolar elas poderiam sugerir licenciaturas tanto das Ciências Exatas (Matemática, Física, Química), quanto das Ciências Humanas (Geografia e História), das Letras e Artes (Idiomas e Artes) ou mesmo das Ciências da Saúde (Educação Física), levando-se em conta as disciplinas ensinadas no Ensino Fundamental.

Biológicas (simplificada a uma folha em um laboratório). Poderia se dizer que as Ciências Exatas também não aparecem, exceto pelo fato que, para o senso comum, as Engenharias integram esta área do conhecimento, apesar de constituírem uma área própria (com inegável afinidade com as Ciências Exatas).

Análise e Discussão

Muitas coisas poderiam ser ditas a respeito da publicidade governamental no caso em tela e do papel atribuído às ciências e ao Ensino Superior neste momento de pandemia. De nossa parte, apresentamos aqui uma leitura possível acerca das profissões ou funções sociais representadas nas peças analisadas, as quais são costuradas por uma ideia recorrente – a de que “a vida não pode parar”.

Ao analisarmos o contexto global de inserção desse slogan, verificamos que a publicidade apropria-se justamente do sentimento de “vida interrompida” devido à Covid-19, uma vez que a população, em geral, sente falta de sua liberdade e da rotina, além do fato de que muitas pessoas tiveram seus ganhos financeiros interrompidos com o isolamento social. “Não pode parar” funciona aqui como uma espécie de sugestão de que a escolha de seguir adiante (ou não) é do próprio indivíduo. Assim, relaciona-se com a ideia de meritocracia, distinguindo os mais esforçados e merecedores de resultados (aqueles que não param), daqueles que supostamente optaram por ficar em casa neste momento.

Se aplicarmos este slogan aos moldes de análise preconizados por Van Dijk e retomados por Carvalho (2000), e expandirmos, assim, os seus significados implícitos (conforme demonstrado no Quadro 5), verificamos como as ideologias se manifestam de forma sutil.

Quadro 5 Análise de macroestruturas do slogan “a vida não pode parar”.

A vida	Não	pode	parar
Vitalidade	Impositivo		Interromper
Liberdade		Possibilidade	Perder
Trabalho		Escolha	Esperar
Diversão		Decisão	
Socialização			

Fonte: Elaboração das autoras.

Dessa forma, além de situar as profissões mencionadas, exclusivamente, dentre aquelas das quais o país necessita, e dentre as categorias que são mais esforçadas e

“optam” por não parar, a publicidade governamental também utiliza seu espaço para combater a recomendação da OMS de se realizar o isolamento social a fim de evitar a rápida proliferação da doença. Como explica Van Djik (2005), o fato de o governo possuir um lugar de destaque e facilidade para chegar à população através dos meios de comunicação, acaba por provocar a exclusão da fala de centenas de órgãos e especialistas que contradizem o seu discurso.

Pelo que se observa, ainda que não seja anticientífica, a publicidade vai ao encontro das falas do governo também no que se refere à sobrevalorização daquelas áreas do saber que supostamente teriam maior valor prático para o país. Essa ideia, institucionalizada pelo discurso governamental, de certa forma reflete e reforça um pensamento que se manifesta de diversas maneiras na sociedade. Não por acaso, os cursos que recebem maior visibilidade são justamente aqueles que, historicamente, costumam ser os mais visados nos processos seletivos, e são valorizados, em grande medida, pela expectativa de proporcionarem maior status social e maiores ganhos financeiros.

Ademais, é interessante observar que as representações sociais acerca do Ensino Superior limitam-se a profissionais atuando no mercado de trabalho em funções não acadêmicas, e omitem quase que completamente a atividade de pesquisa (salvo por mero detalhe⁷), que também é papel primordial da educação superior e trata justamente do desenvolvimento de conhecimentos e da inovação tecnológica necessária para lidarmos com problemas que ainda não têm solução, em consonância com as novas demandas sociais.

Especificamente acerca da campanha relativa ao Enem 2020, que tem como pano de fundo a pandemia de coronavírus, depreende-se que o Brasil precisa de enfermeiros e médicos para tratar doentes, mas não para pesquisar vacinas e medicamentos ou para discutir formas de combate à doença, como se estas fórmulas e protocolos já estivessem prontos. Precisa de professores para ministrar aulas, nas escolas ou a distância, mas não precisa deles para discutir as propostas para a educação diante das circunstâncias da pandemia. Finalmente, o Brasil precisa de engenheiros para erguer o país e continuar movimentando a economia, independentemente se isto significar também, à custa do descumprimento do isolamento social, a construção de mais cemitérios.

⁷ Este “detalhe” seria a alusão *en passant* por meio da imagem do recipiente laboratorial contendo uma folha aparentemente em processo de análise (nas peças estáticas do Enem 2019 que se referem à Medicina).

Se pensarmos em “linha de frente” no combate à pandemia, e considerando que atualmente a informação de qualidade é a melhor vacina que temos disponível para a prevenção do coronavírus, por que jornalistas, que também têm trabalhado incessantemente, muitas vezes expostos à contaminação na apuração de pautas, não são citados entre aqueles que o Brasil precisa neste momento? Teria esta omissão a ver com a antipatia e o desprezo do presidente em relação à imprensa (BBC, 2020; FOLHA DE S. PAULO, 2020).

O que dizer, então, das Artes e das Letras? A cultura talvez nunca tenha estado, na história recente, tão presente na vida dos cidadãos brasileiros. Por meio de lives⁸ de música, de teatro, de leitura, festivais de cinema com novas linguagens, compartilhamento de livros e tantos outros conteúdos nos diferentes formatos, criados e/ou compartilhados via internet, os profissionais dessa área têm se demonstrado, também, absolutamente essenciais para tornar o isolamento social minimamente suportável e auxiliar na compreensão desse momento tão complexo e novo para todos. Mas a arte é crítica, por vezes, incômoda. Será por isso que à publicidade custa lembrar que o Brasil precisa de músicos, escritores, cineastas?

Na visão da propaganda, fica implícito que a lista de necessidades do país é restrita, e nela não se incluem sociólogos, filósofos, comunicadores, ou mesmo profissionais das Ciências Biológicas e Agrárias – que, aliás, têm garantido a produção ininterrupta de alimentos – e de todas as outras áreas omitidas.

Há que se reconhecer, sem dúvida, as limitações que se impõem à linguagem publicitária, a qual, por precisar ajustar-se a formatos pequenos – um cartaz ou alguns segundos de áudio/vídeo – apoia-se com frequência em clichês e ideias preconcebidas pelo público para cumprir seu objetivo de significar muito dizendo pouco. Por outro lado, a publicidade também pode e deve ocupar um papel de vanguarda no sentido de questionar valores estabelecidos, instigar reflexões e novos comportamentos, como já foi feito em muitas ocasiões.

Além disso, reconhecemos que, dado o nível de abstração e o próprio desconhecimento sobre o trabalho de determinados profissionais, representar um sociólogo, um geógrafo ou um intelectual no sentido lato não é tarefa fácil, especialmente em espaços com pouca margem descritiva. Mas este é apenas mais um desafio criativo aos quais os profissionais da área (também essenciais neste momento em que há tanto a

⁸ Apresentações ao vivo transmitidas pela tecnologia *streaming*.

ser informado e divulgado) não deveriam se furtrar em nome de uma comunicação social que busque verdadeiramente dialogar com a sociedade.

Considerações Finais

Em um momento em que tanto se discute o que são "atividades essenciais" diante da crise global, nossa análise, mais do que um estudo conclusivo, é um convite à reflexão.

Se nossos achados não chegam a surpreender, uma vez que nunca foram dissimulados, eles sublinham aquilo que já tem se discutido a respeito da postura anticientífica que vem sendo adotada pelo atual governo brasileiro, que insiste em ignorar a necessidade da interdisciplinaridade para a compreensão de um fenômeno tão complexo como a pandemia de COVID-19.

Entre tantas contribuições que as Ciências Sociais e Humanas têm a oferecer, uma delas é justamente refletir sobre como o governo estabelece suas relações com a sociedade em meio à crise, e chamar a atenção para os usos da comunicação de utilidade pública, que através do discurso converte-se, também, em instrumento ideológico.

Referências

- AGOSTINI, R. (2019, abril 30). MEC cortará verba de universidade por "balbúrdia" e já enquadra UnB, UFF e UFBA. O Estado de S. Paulo [online]. Recuperado de: <<https://bit.ly/3cD663e>>.
- ALEXANDER, J. C., GIESEN, B., MUNCH, R., & SMELSER, N. J. (1987). The micro-macro link. (J. C. Alexander, B. Giesen, R. Munch, & N. J. Smelser, Orgs.). Berkeley, CA: University of California Press.
- ANPOF. (2019). Nota de repúdio a declarações do ministro da educação e do presidente da república [...]. Recuperado em 10 junho, 2019, de: <<http://bit.ly/2lA7hul>>.
- BARDIN, L. (1977). Análise de Conteúdo. Lisboa: Edições 70.
- BBC. (2020, maio 5). 6 momentos dos ataques de Bolsonaro contra a imprensa – BBC News Brasil. Recuperado em 8 junho, 2020, de: <<https://bbc.in/3h7VE6H>>.
- BOLSONARO, J. (2019a, abril 8). Entrevista concedida à Rádio Jovem Pan sobre os primeiros 100 dias de governo. Recuperado em 24 abril, 2019, de: <<http://bit.ly/2jVuibb>>.
- BOLSONARO, J. (2019b, abril 26). Post no Twitter @jairbolsonaro. Twitter. Recuperado de: <<https://bit.ly/3cD4lD3>>.

- CARVALHO, A. (2000). Opções metodológicas em análise de discurso: instrumentos, pressupostos e implicações. *Comunicação e Sociedade* 2, Cadernos d(14), 143–156.
- CLARIVATE ANALYTICS. (2017). *Research in Brazil – A report for Capes by Clarivate Analytics (2011-2016)*. Recuperado de: <<https://bit.ly/30uocRY>>.
- CONSELHO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO CIENTÍFICO E TECNOLÓGICO. ([s.d.]). Tabela de Áreas do Conhecimento. Recuperado de: <<https://bit.ly/2YifSlz>>.
- CRUZ, A. (2020). Pró-reitores divulgam carta aberta sobre programa de bolsas de Iniciação Científica do CNPq. Recuperado em 30 abril, 2020, de: <<https://bit.ly/3cJVG1a>>.
- DIJK, T. A. van. (2005). *Discurso, Notícia e Ideologia. Estudos na Análise Crítica do Discurso*. (Z. Pinto-Coelho, Trad.). Porto: Campo das Letras.
- FOLHA DE S. PAULO. (2020, abril 16). Bolsonaro ataca jornalistas uma vez a cada 3 dias, aponta entidade de imprensa – 16/04/2020 – Poder – Folha. Recuperado em 8 junho, 2020, de: <<https://bit.ly/2YdiAsF>>.
- FUNDAÇÃO COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR. ([s.d.]). Tabela de Áreas de Conhecimento. Capes. Recuperado de: <<https://bit.ly/3haySuZ>>.
- G1. (2019, novembro 22). Ministro diz que há plantações de maconha em universidades. Recuperado em 29 maio, 2020, de: <<https://glo.bo/3gBWSH6>>.
- G1. (2020, junho 8). Veículos de comunicação formam parceria para dar transparência a dados de Covid-19 | Política | G1. Recuperado em 8 junho, 2020, de: <<https://glo.bo/2XKzAax>>.
- GARCIA, G., & GOMES, P. H. (2020, maio 19). Bolsonaro anuncia novo protocolo para uso da cloroquina. Recuperado em 7 junho, 2020, de: <<https://glo.bo/3f1nTSL>>.
- GRANDELLE, R., & KAPA, R. (2018, novembro 9). Bolsonaro afirma que tentará “apapar” universidades e critica centros acadêmicos. Recuperado em 4 dezembro, 2018, de: <<https://glo.bo/2RX7Tbe>>.
- ILHÉU, T. (2019, abril 29). Por que reduzir investimento na área de Humanas não faz sentido no Brasil. *Guia do Estudante*. Recuperado de: <<https://bit.ly/3f1rbp4>>.
- JAPÃO. (2018). *Basic Policy on Promotion of Science, Technology and Innovation for Sustainable Development Goals (STI for SDGs)*. Recuperado de: <<https://bit.ly/2XHELbs>>.

- LIMA, D. (2019, maio 1). Ministro também quer cortar bolsa que financia pesquisa com 'viés ideológico'. Folha de S. Paulo – Blog Painei. Recuperado de: <<https://bit.ly/2Utx3Qi>>.
- MINISTÉRIO DA SAÚDE. (2020, abril 2). Cerca de 5 milhões de profissionais de saúde serão cadastrados. Recuperado em 9 junho, 2020, de: <<https://bit.ly/2YiUcWH>>.
- O GLOBO. (2020, maio 7). Relembra algumas vezes que Bolsonaro ignorou o isolamento social. Recuperado em 7 junho, 2020, de: <<https://glo.bo/3f7unj9>>.
- ORLANDI, E. P. (2015). Análise do discurso: princípios & procedimentos. Campinas: Pontes.
- PÊCHEUX, M. (1969). Analyse automatique du discours. Paris: Dunod.
- PÊCHEUX, M. (1990). O Discurso: estrutura ou acontecimento. (E. P. Orlandi, Trad.). Campinas: Pontes.
- REVISTA FÓRUM. (2019, abril 26). "Pode estudar Filosofia? Pode. Com dinheiro próprio". Recuperado em 8 junho, 2020, de: <<https://bit.ly/2XJz0Kl>>.
- ROCHA, D., & DEUSDARÁ, B. (2006). Análise de conteúdo e análise do discurso: o lingüístico e seu entorno. Delta [online], 22(1), 29–52.
- SAKAMOTO, L. (2020, fevereiro 7). De "parasita" a "zebra gorda", servidor público é alvo do governo Bolsonaro. Recuperado em 29 maio, 2020, de: <<https://bit.ly/3dSfElo>>.
- WODAK, R., & MEYER, M. (2001). Methods of Critical Discourse Analysis. Londres: Sage Publications.

ABSTRACT:

This text presents a critical analysis of Enem's official dissemination campaigns in the years 2019 and 2020 amidst a scenario of political tensions between government and federal universities, also marked by the coronavirus pandemic. The study shows a partial representation, in the scope of Brazilian government advertising, sciences and higher education, characterized mainly by the overvaluation of courses in Health Sciences and courses traditionally valued by the labor market, such as Law and Engineering, in contrast to the relative invisibility of Human, Social Sciences and other areas of knowledge.

KEYWORDS: Communication; Science; Higher Education; Advertising; Government Advertising.

RESUMEN:

Este texto presenta un análisis crítica de las campañas oficiales de difusión de Enem en los años 2019 y 2020 en medio de un escenario de tensiones políticas entre el gobierno y las universidades federales, también marcado por la pandemia de coronavirus. El estudio muestra una representación parcial, en el ámbito de la publicidad gubernamental brasileña, las ciencias y la educación superior, caracterizada principalmente por la sobrevaloración de los cursos en Ciencias de la Salud y cursos tradicionalmente valorados por el mercado laboral, como Derecho e Ingeniería, en contraste con la relativa invisibilidad de las ciencias humanas, sociales y otras áreas del conocimiento.

PALABRAS-CLAVES: Comunicación; Ciencias; Educación universitaria; Publicidad; Publicidad gubernamental.