



ENEM: uma crise de imagem amplamente noticiada¹

Lais Fernanda FARDIN²

Paola Nadal PIACINI³

Darciele Marques MENEZES⁴

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO

O Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM) é uma das formas de ingresso no ensino superior no Brasil, durante os últimos anos alguns acontecimentos expostos na mídia acabaram fomentando uma crise de imagem. Sua credibilidade foi discutida no decorrer desses anos, dividindo e formando opiniões, principalmente através da mídia *online*. Assim, busca-se no presente investigar o posicionamento de graduandos em relação a imagem do ENEM, a partir de um mapeamento na mídias digitais foi elaborado um breve mapeamento sobre tom das notícias publicadas sobre o Exame Nacional do Ensino Médio e posteriormente, a aplicação de questionário em alunos que realizaram a prova do ENEM, ou seja, recém ingressos na universidade.

PALAVRAS-CHAVE: ENEM; crise; imagem; mídia; posicionamento.

Considerações Iniciais

O Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM) corresponde à prova realizada anualmente pelo Ministério da Educação do Brasil (MEC), que além de ser utilizada para avaliar a qualidade do ensino médio, possibilita aos estudantes do ensino médio ou ex-alunos o acesso ao ensino superior em universidades públicas brasileiras através do Sistema de Seleção Unificada (Sisu). Ainda, pode ser usado por pessoas que possuem interesse em ganhar bolsa integral ou parcial em universidades particulares, através do Programa Universidade para Todos (PROUNI), ou para obtenção de financiamento através do Fundo de Financiamento ao Estudante do Ensino Superior (FIES)⁵.

Entretanto, o que deveria ser algo extremamente positivo aos olhos da população brasileira, tem gerado descrédito e revolta. As últimas edições do ENEM resultaram em indignação e desconfiança por parte da população, pois ocorreram fortes suspeitas de

¹ Trabalho apresentado no Intercom Junior – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de maio de 2014.

² Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Relações Públicas da UFSM, e-mail: laisfardin24@gmail.com

³ Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Relações Públicas da UFSM, e-mail: paolanadalp@gmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Professor dos Cursos de Comunicação Social da Universidade Federal de Santa Maria, Doutoranda em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM, Mestre em Comunicação pela mesma instituição e Graduada em Comunicação Social- Hab. Publicidade e Propaganda, e-mail: darciele.marques@hotmail.com

⁵ Disponível em: < <http://educacao.uol.com.br/noticias/2013/05/22/o-que-e-e-para-que-serve-o-ENEM.htm>>. Acesso em: 09/10/2013



vazamento da prova, além de uma série de erros em um dos cadernos do exame. Essa situação foi propagada midiaticamente de forma ampla, causando a chamada crise de imagem, que acarretou na desistência de algumas instituições de ensino na adesão do ENEM como parte de sua nota.

Neste caso, em específico, a situação é de natureza delicada, pois compreende questões que são políticas, relativas ao atual governo, bem como, questões relativas a “organização” ENEM, enquanto, órgão que condiciona a entrada de indivíduos no ensino superior e que respectivamente, influencia na melhoria dos índices da educação no país. Assim, projetar e planejar a imagem que se quer transmitir sobre determinada organização é fundamental, quando se está em uma ambiência essencialmente midiática e digital, onde os assuntos ganham uma profusão de tonalidades e pontos de vistas.

As organizações mesmo apresentando conhecimento sobre a linha tênue que separa o êxito da crise, não destinam a devida importância para o cuidado com a imagem. E ao encontrarem-se diante de um problema amplamente divulgado, nem sempre suas atitudes são adequadas ou imediatas, gerando posicionamentos que oscilam entre a repercussão positiva e/ou negativo. Os acontecimentos negativos ganham destaque e resultam em ibope, principalmente, quando a crise envolve o governo ou órgãos vinculados. Nesse sentido, este estudo tem como objetivo analisar o posicionamento do Ministério da Educação representado na mídia digital e a repercussão perante aos estudantes universitários que o realizaram ou não o ENEM no ano de 2013. Para isso, foi realizado um mapeamento das notícias veiculadas na mídia digital e aplicado um questionário a estudantes universitários buscando compreender as preocupações que envolvem essa temática, bem como, o respectivo posicionamento dos mesmos.

A crise de imagem

A imagem das organizações não é somente influenciada por fatos, mas também por valores vinculados a ela, por essa razão, os mesmos acontecimentos, visualizados a partir de valores distintos podem gerar uma nova interpretação. As grandes crises de imagem acontecem instantaneamente, em poucos dias a crise pode acabar com a reputação de uma organização construída há anos. Essa crise pode gerar prejuízos como, a queda do valor da instituição no mercado e em casos mais graves, a interrupção de suas atividades. Portanto, uma assessoria de comunicação atuante é fundamental no



momento de uma crise de imagem, que exige que as organizações estejam devidamente preparadas. Assim, deve-se adotar uma atitude de aceitação da realidade e logo após colocar em prática o plano de gerenciamento de crise, preservando a imagem pública da organização e a de seus dirigentes.

Segundo BUENO (2003, p. 29), “No Brasil há uma concentração abusiva da mídia, de tal modo que um número reduzido de proprietários controla, na realidade, parcela absolutamente majoritária da audiência.” A mídia *on-line* como formadora de opinião, tem o poder de exacerbar acontecimentos e possui fácil propagação.

Na era tecnológica todo e qualquer cidadão que possua acesso à *internet* pode noticiar um fato na rede e expor sua indignação perante alguma situação que lhe agrada ou não. Essa fácil exposição de fatos por sujeitos comuns e não profissionais da mídia pode, muitas vezes, causar ainda mais descrédito para uma instituição, reduzido o efeito persuasivo que o pronunciamento da organização que está em crise poderá apresentar.

Conforme FORNI (2007, p. 201), “o peso de uma cobertura de crise na imagem da organização é extremamente negativo para sua reputação.” Inúmeras vezes, a comunicação é chamada quando o fato negativo está consumado e as organizações não estão preparadas para enfrentar crises, pois não possuem uma cultura de prevenção.

Muitas vezes convencer o responsável pela empresa de que é necessário aderir a políticas de preservação e investir no trabalho de Relações Públicas para que os efeitos de uma crise não se tornem tão nocivos a ponto de acabar com a imagem e reputação de sua organização não é tarefa fácil. Normalmente, só se preocupam quando os efeitos de uma crise acabam afetando os resultados da empresa e percebem que uma cobertura de crise de imagem da organização pela mídia é demasiadamente negativa para sua reputação e acaba também refletindo em seus resultados.

Hoje com a rápida propagação de fatos pelas diversas mídias, as empresas, sejam elas públicas ou privadas, governamentais ou não, devem possuir uma equipe comunicacional preparada para gerenciar as possíveis crises que possam assolar a instituição.

Os percalços do ENEM

Segundo o *site* do Inep⁶, O ENEM surgiu no ano de 1998 e teve como objetivo avaliar o desempenho do estudante ao final da educação básica, buscando contribuir

⁶ Disponível em: <http://portal.inep.gov.br/web/ENEM/sobre-o-ENEM>. Acesso em: 10 out. 2013.

para a melhoria da qualidade do nível de escolaridade. Com o passar dos anos o Exame Nacional do Ensino Médio passou a ser utilizado como mecanismo de seleção para o ingresso no ensino superior. Com esse intuito, foram implementadas mudanças no Exame a fim de que contribuíssem para a democratização das oportunidades de acesso às vagas oferecidas por Instituições Federais de Ensino Superior (IFES), para a mobilidade acadêmica e para induzir a reestruturação dos currículos do ensino médio.

Hoje, efetuada essa reformulação, o Exame Nacional do Ensino Médio consiste em uma prova realizada em dois dias. No primeiro dia são ofertadas questões nas áreas das Ciências Humanas e suas Tecnologias e Ciências da Natureza e suas Tecnologias. O tempo para a realização é de 4 horas e 30 minutos. Já no segundo dia as questões são relacionadas às áreas de Linguagens, Códigos e suas Tecnologias, Redação e Matemática e suas Tecnologias. O tempo para a realização é de 5 horas e 30 minutos.

A partir do ano de 2009, alguns acontecimentos polemizaram o ENEM no Brasil, fatos que tomaram conta da mídia televisiva, *on-line* e impressa, pautaram as conversas da população e dividiram opiniões. Segundo o *blog* *Jornal Contexto*⁷, no ano de 2009, houve o primeiro escândalo envolvendo o ENEM, ao qual se seguiriam muitos outros ao longo dos anos subsequentes. O escândalo de 2009 teve como estopim o vazamento da prova, furtada de dentro das instalações da gráfica Plural, responsável pela impressão. O episódio provocou a reaplicação do exame, culminando em um prejuízo de mais de R\$ 20 milhões. Os episódios tiveram continuidade no ano de 2010 com a falha na impressão e na montagem da prova, fazendo com que vários estudantes tivessem que refazer o exame.



Figura 1: Vazamento de questões

⁷ Disponível em: <http://jornal-contexto.blogspot.com.br/2011/11/escandalos-sobre-o-ENEM-se-tornaram.html>. Acesso em: 10 out. 2013.



Figura 3: Erros graves de português na redação do ENEM 2012
Fonte: <http://g1.globo.com/jornal-nacional>

Em 2013, segundo o *site* de notícias UOL⁹ o Jornal “O Globo” informou que em 2012, redações que possuíam erros de ortografia como “rasoável”, “enxergar” e “trousse” obtiveram nota máxima no ENEM. Além de erros ortográficos, as “melhores redações continham também erros de concordância verbal, acentuação e pontuação. O Inep (Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas), afirmou ao jornal carioca que uma redação com nota máxima pode apresentar alguns desvios das competências avaliadas. Segundo a nota enviada ao jornal, “um texto pode apresentar eventuais erros de grafia, mas pode ser rico em sua organização sintática, revelando um excelente domínio das estruturas da língua portuguesa.

Procedimentos metodológicos

A trajetória metodológica adotada neste artigo centra-se no mapeamento do tom das notícias sobre o ENEM no ano de 2013 presentes nas mídias digitais, para tanto, foram selecionados três *sites*: Terra, UOL e G1, sendo que os dois primeiros encontram no ranking dos 50 sites mais acessados no país¹⁰ e o último por ser referência em diversas regiões do Brasil, bem como pelo fato do seu conteúdo estar atrelado e ser concomitante com a TV aberta.

⁹ Disponível em: <http://educacao.uol.br/noticias/2013/03/18/redacoes-nota-maxima-no-ENEM-tem-erros-como-enxergar-e-trousse.html>. Acesso em: 10 out. 2013.

¹⁰ Informação disponível no site: <http://www.infomoney.com.br/minhas-financas/gadgets/noticia/2961393/sites-mais-acessados-brasil-segundo-site-alexa>



A partir disso, foi possível traçar uma projeção de como a mídia, em especial a digital, sugestiona o modo de ver e constituir juízos de valor sobre o ENEM. Essa concepção mediada pela mídia é refletida na formação de opinião dos sujeitos, partindo dessa hipótese, foram selecionados 26 indivíduos, faixa etária entre 16 e 25 anos, do sexo masculino e feminino, que apresentam o nível médio de escolaridade. O estudo e coleta de dados para a realização do artigo foram executados na cadeira de Redação em Comunicação II do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas da UFSM e o número reduzido de respondentes está atrelado ao tempo curto para a realização da atividade, o que não impede a clareza dos dados obtidos.

Para nós, graduandas do Curso de Comunicação Social, é fundamental que encontremos alternativas eficientes, para alcançar as pessoas questionadas de uma forma simples e prática, através de uma plataforma em que maioria dos jovens possui conhecimento. Para a estruturação do questionário foram considerados alguns pontos-chaves que norteiam nossa pesquisa e centram-se no posicionamento que os vestibulandos possuem em relação ao Exame Nacional do Ensino Médio. Perante esses pontos, o questionário foi composto por questões diretas de múltipla escolha e realizado de forma aberta e *on-line*, através do instrumento *Google Docs*. Os dados foram tabulados pelo próprio *Google Docs*, que posteriormente resultaram em gráficos gerados no *Word*.

O Posicionamento do público

Conforme o mapeamento realizado nos *sites* Terra, UOL e G1, a imagem representada e propagada do ENEM enfatiza um tom negativo, sendo que das 6 notícias analisadas nenhuma discorre de forma positiva sobre o ENEM. As notícias ressaltam os seguintes termos: falha, escândalo e erro, que contribuem para a construção de uma imagem atrelada à falta de profissionalismo na composição e fiscalização da prova, o que acabou provocando revolta e descrédito pelos estudantes que realizaram o exame.

Assim, o questionário aplicado em estudantes que já realizaram a prova do ENEM, o qual envolveu em 27 sujeitos pesquisados auxiliou na coleta de dados que posteriormente foram analisados e que contribuíram para a elaboração do presente artigo. Esse instrumento de pesquisa foi escolhido por dispor de dinamicidade e praticidade, e que por apresentar-se em meio digital *online*, possibilita maior alcance às

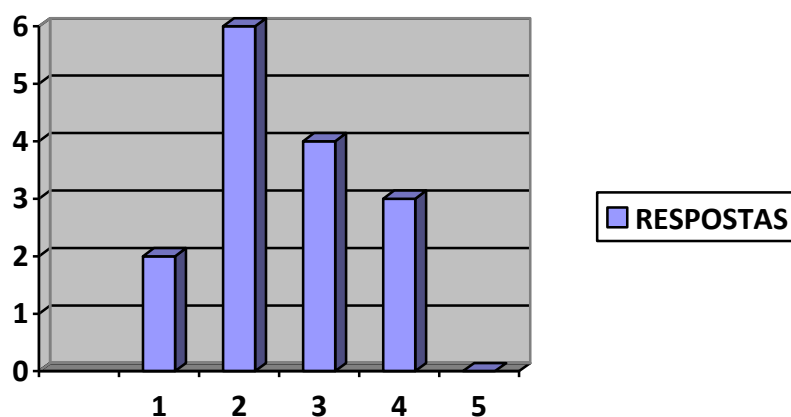


entrevistas. Os respondentes se demonstraram à vontade para participar, fazendo assim, transparecer suas opiniões de forma clara e concisa.

O questionário foi constituído pelas seguintes questões: a) Você acha que os escândalos do ENEM afetaram a imagem dele nos últimos anos?; b) Você teve segurança ao fazer a prova do ENEM?; c) Você confiou nos dados apresentados como resultado na nota final?; d) Você acredita que os últimos escândalos reduziram os números de inscritos? e) Você concorda com a adesão total das notas por parte de algumas universidades? f) Se você dependesse da nota do ENEM, você faria a prova novamente?; g) Avalie a qualidade das questões das provas, de 01 a 05 e h) Avalie o tempo das provas, de 01 a 05.

Ao analisar as respostas das 27 pessoas entrevistadas, foi possível detectar incertezas por parte dos universitários em relação à imagem e aos procedimentos do ENEM relativos ao tempo das provas, a qualidade das questões e a segurança do exame. Diante da insatisfação dos entrevistados fica clara a desconfiança alimentada com relação ao exame, que é de suma importância para os vestibulandos e que deveria passar tranquilidade e maior segurança para os mesmos. O ENEM deveria ser sinônimo de um procedimento de confiança e uma forma segura de ingressar em instituições de ensino superior, mas infelizmente não é essa a imagem que o mesmo transmite para os alunos de ensino médio, o vestibulando.

**Avalie a qualidade das questões das provas
(De 1 a 5)**



**Avalie o tempo das provas
(De 1 a 5)**

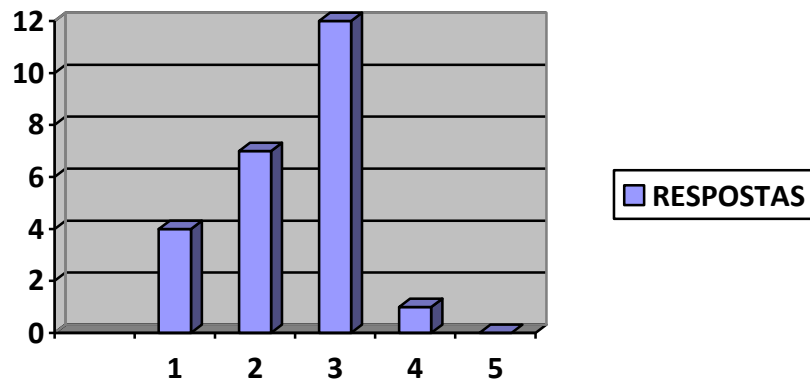
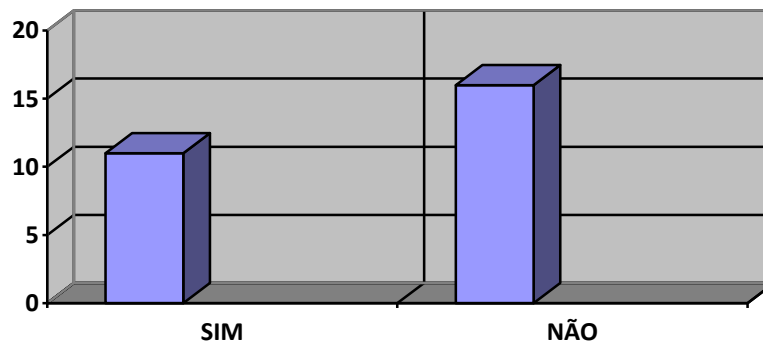


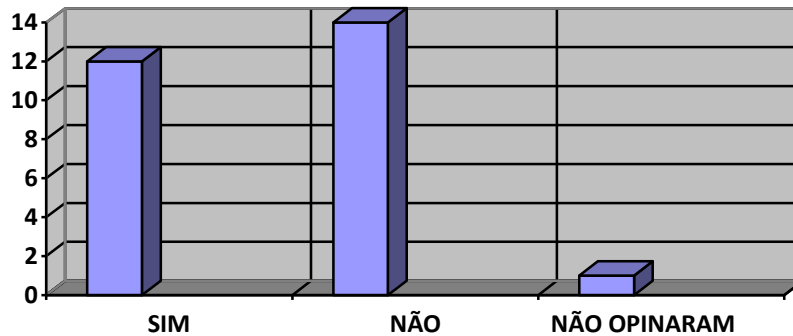
Gráfico 2

A partir, das informações contidas no gráfico 1, “avalie a qualidade das questões das provas” e “avalie o tempo das provas” (Gráfico 2), onde em cada pergunta, uma pessoa não opinou, foi possível compreender que as questões não contemplam o nível de satisfação dos vestibulandos e pela prova conter muitas questões, o tempo acaba sendo curto, o que implica na rejeição do exame.

Você teve segurança ao fazer a prova do ENEM?

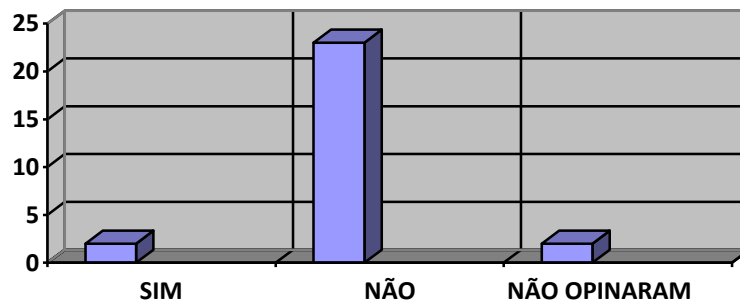


Você confiou nos dados apresentados como resultado na nota final?

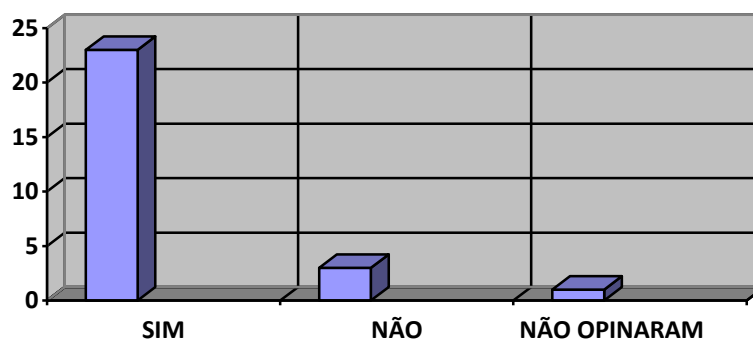


A maior parte das respostas para as perguntas “Você teve segurança ao fazer a prova do ENEM?” (Gráfico 3) e “Você confiou nos dados apresentados como resultado na nota final?” (Gráfico 4), foram negativas, logo, podemos observar que a maioria dos estudantes não possuem confiança e segurança nos métodos de avaliação e seleção dos universitários, bem como não confiam nos resultados que obtiveram na prova. Insegurança essa, que provavelmente se originou após as falhas após as falhas ocorridas no Exame Nacional do Ensino Médio, citadas anteriormente nesse artigo.

Você concorda com a adesão total das notas por parte de algumas universidades?

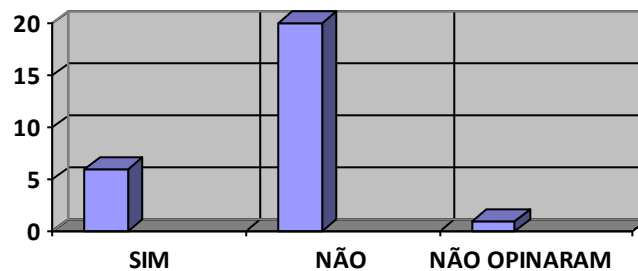


Se você dependesse da nota do ENEM, faria a prova novamente?



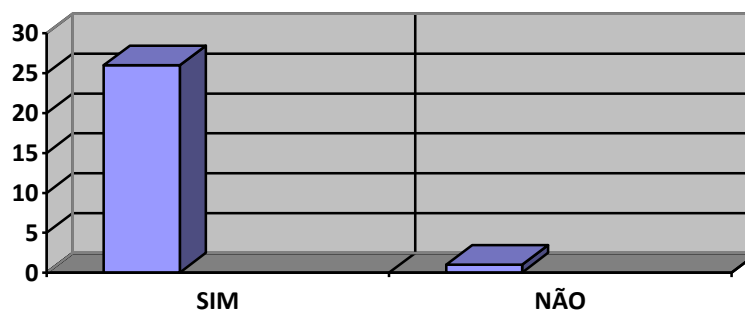
A partir da análise das respostas das indagações “Você concorda com a adesão total das notas por parte de algumas universidades?” (Gráfico 5) e “Se você dependesse da nota do ENEM, você faria a prova novamente?” (Gráfico 6), observamos que a maioria dos estudantes não concorda com a adesão total da nota do ENEM para ingresso em universidades, mas conforme os resultados, se realmente dependessem da nota, refariam a prova. Isso demonstra que mesmo que as falhas no ENEM tenham gerado uma crise de imagem ao exame e que sua reputação esteja abalada, os estudantes não deixam de realizar a prova porque dependem dela.

Você acredita que os últimos escândalos reduziram o número de inscritos?



Segundo as respostas para a pergunta “Você acredita que os últimos escândalos reduziram o número de inscritos?” (Gráfico 7), subentende-se que a maioria dos estudantes questionados não atrela os escândalos à queda do número de inscritos no ENEM.

Você acha que os escândalos do ENEM afetaram a imagem dele nos últimos anos?



Com os dados recolhidos com a pergunta “Você acha que os escândalos do ENEM afetaram a imagem dele nos últimos anos?” (Gráfico 8), obtivemos clareza nas



respostas, que indicam uma percepção negativa por parte da grande maioria dos questionados, o que demonstra concisamente que o ENEM sofre com uma crise de imagem em decorrência de suas sucessivas falhas que acarretaram descrédito ao exame.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo do trabalho e durante a realização do mapeamento em diferentes *sites* obtivemos a concreta definição de que o Exame Nacional do Ensino Médio passa por percalços a serem reparados. Sua imagem está em crise e a “organização” ENEM necessita de uma equipe de comunicação, preparada e apta a sanar boa parte dos manifestos negativos encontrados nas diversas mídias e também esclarecer rapidamente a comunidade de suas falhas, apontando soluções com maior censo de justiça.

Hoje a facilidade de acesso à mídia favorece a propagação de opiniões, tanto positivas quanto negativas em relação a diversos assuntos que estão em pauta, assim como o ENEM. Isso demanda que as instituições estejam preparadas a construir um plano de gerenciamento de crise, pois quando esse fato que qualquer organização está sujeita ocorrer, deve ser criada uma reestruturação positiva de sua imagem frente ao público. Nós, graduandas do terceiro semestre do curso de Comunicação Social – Relações Públicas, já possuímos a visão que uma boa imagem fomenta a excelência do trabalho de cada empresa ou instituição, seja ela pública ou privada, o que faz toda a diferença em uma organização contemporânea. Podemos compreender a boa relação que devemos possuir com nossos diversos públicos na fala de FORTES (2003, p. 83):

“Compete às Relações Públicas, como objeto de seu trabalho, a tarefa de formar os públicos das organizações para elevar o estado de entendimento entre uma instituição e os grupos sociais, estancando o desinteresse das pessoas em relação às contestações e às polêmicas.”

Numa tentativa de reparar esses problemas e conseqüentemente a crise de imagem em que o ENEM está passando, se faz necessário maior sigilo e cuidado em relação à segurança das provas, bem como respostas rápidas que sanem as dúvidas dos cidadãos, pois ao aplicando o questionário e posteriormente a analisando as respostas, obtivemos resultados claros e concretos, que demonstram que os escândalos afetaram sim, a imagem do Exame Nacional do Ensino Médio. Resultando na ausência de segurança e confiança na avaliação. Confirmando que os escândalos divulgados na mídia envolvendo as prova contribuiram para a formação de uma imagem duvidosa a



respeito da veracidade e do sigilo do exame. E para enfrentar essa crise, o Ministério da Educação deve se demonstrar a disposição em corrigir o que deu errado, além de ter sempre um plano de gestão de crises pronto, para que os eventuais acontecimentos negativos possam ser solucionados rapidamente. Nenhuma organização está imune a uma crise, por isso é essencial que estejamos preparados, como diz Jack Welch¹¹ (2005, p. 13):

“Não há crise que não lhe ensine alguma coisa, embora você odeie todas elas. Não há crise, que não te deixe mais fortalecido e experiente. Por isso, nunca podemos menosprezar qualquer problema ou crise, ou focar apenas nos aspectos negativos, pelo contrário, a lição foi aprendida. Explore todos os lados didáticos da crise e transmita seus ensinamentos em todas as oportunidades.”

Diante desses fatos, fica claro que a solução para administrar situações como essa é estar apto para administrar a crise e adotar um compromisso com a credibilidade, pois a veracidade e a transparência devem ser braço direito de uma grande organização.

REFERÊNCIAS

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação Empresarial: Teoria e Pesquisa**. Barueri, SP: Manole, 2003.

ENEM em redes sociais. Disponível em: <
<http://educacao.uol.com.br/album/2013/10/26/candidatos-publicam-fotos-do-ENEM-em-redes-sociais-mec-promete-eliminacao.htm> >. Acesso em: 03 mar. 2014.

FORNI, João José. **Comunicação em tempos de crise**. Revista Organicom. N°. 06. São Paulo, 2007.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas: Processo, Funções, Tecnologia e Estratégias**. SP: 3ª Edição, Summus, 2003.

Redação nota 1000 do ENEM. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2013/03/redacoes-nota-1000-do-ENEM-tinham-erros-graves-de-portugues.html>. Acesso em: 03 mar. 2014.

ROSA, Mario. **A Síndrome de Aquiles: Como lidar com as crises de imagem**. São Paulo: Gente, 2001. 249p.

Vazamento de questões do ENEM. Disponível em: <
<http://noticias.terra.com.br/educacao/ENEM/ENEM-de-vazamento-de-questoes-a-erro-em-gabarito-relembre-polemicas,8d386f62066da310VgnCLD200000bbcecb0aRCRD.html> >. Acesso em: 03 mar 2014.

WELCH, Jack; WELCH, Suzy. **Paixão por Vencer**. RJ: Campus, 2005. 326p.

¹¹ Disponível em: http://odebateregional.com.br/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=19&Itemid=3¬=7418. Acesso em: 03/2014