



CONSELHO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO

PRAÇA DA REPÚBLICA, 53 – CENTRO/SP - CEP: 01045-903
FONE: 2075-4500

PROCESSO	1351521/2019
INTERESSADA	Faculdade de Filosofia, Ciência e Letras de Penápolis
ASSUNTO	Aprovação do Projeto do Curso de Bacharelado em Comunicação Social, com Habilitação em Publicidade e Propaganda
RELATOR	Cons. Marcos Sidnei Bassi
PARECER CEE	Nº 236/2020 CES Aprovado em 15/07/2020

CONSELHO PLENO

1. RELATÓRIO

1.1 HISTÓRICO

A Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Penápolis – FAFIPE encaminha a este Conselho para apreciação, por meio do Ofício 44/2019, protocolado em 22/05/2019, o pedido de aprovação do Projeto do Curso de Bacharelado em Comunicação Social, com Habilitação em Publicidade e Propaganda, nos termos da Deliberação CEE 142/2016, vigente à época – fls. 02. O Ofício é assinado por Fábio José Garcia Ramos Gimenes, Presidente da Fundação Educacional de Penápolis – FUNEPE, e pelo Prof. Dr. Wanderli Aparecido Bastos, Diretor Geral da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Penápolis.

Em 23/05/2019, o processo foi encaminhado à Assessoria Técnica, que constatou haver incongruência de datas entre a assinatura do Ofício e o efetivo recebimento do documento no Protocolo do Conselho, ou seja, apesar de protocolado em 22/05/2019, o Ofício 44/2019 é datado de 20/06/2019. Após a Assessoria Técnica consultar a Assessoria de Gabinete, houve o entendimento de que se tratava de um erro de digitação por parte da Instituição e que a AT estava autorizada a dar prosseguimento na tramitação do pleito, fls. 05.

O mandato do Prof. Dr. Wanderli Aparecido Bastos, como Diretor Geral da FAFIPE, é pelo período de 18/08/2017 ao dia 17/08/2021.

A Instituição de Ensino Superior – IES, mantida pela Fundação Educacional de Penápolis, está localizada na Av. São José, 400, no município de Penápolis, Estado de São Paulo, e foi recredenciada pelo Parecer CEE 155/2020 e Portaria CEE/GP 153/2020, publicada em 10/06/2020, por 5 anos.

O Processo foi baixado em Diligência pela Assessoria Técnica por meio do Ofício AT 110/2019, fls. 07, para que a Instituição encaminhasse ao Conselho Estadual da Educação a Ata da Reunião da Congregação, com as respectivas assinaturas dos participantes, na qual foi aprovado o Projeto do Curso de Bacharelado em Comunicação Social, com Habilitação em Publicidade e Propaganda. A Diligência foi respondida pela Instituição, e a cópia da Ata de Reunião da Congregação da FAFIPE, realizada dia 02/02/2019, consta às fls. 08, frente e verso.

Encaminhado à Câmara de Educação Superior – CES, em 22/07/2019, foram designados para emissão de Relatório circunstanciado sobre o projeto do curso, em pauta, os Especialistas Prof^a Maria Eugênia Porém e Rogério Eduardo Rodrigues Bazi, por meio da Portaria CEE-GP 366, de 18/09/2019.

A Comissão de Especialistas apresentou Relatório circunstanciados em 16/10/2019, de fls. 12 a 24. No dia 30/10/2019, a Presidência da CES enviou, em Diligência, o Ofício CES 478/2019, no qual foi encaminhado o Relatório dos Especialistas para ciência e manifestação da Instituição. Em 04/12/2019, a Instituição protocolou um novo Projeto Pedagógico do Curso de Bacharelado em Comunicação Social, com Habilitação em Publicidade e Propaganda, por meio do Ofício 115/2019, fls. 30 e 31, com o acolhimento das observações dos Especialistas. Em 06/12/2019, a CES encaminhou o documento para a Comissão de Especialistas, que se manifestou em 17/01/2020, de fls. 34 a 37, a respeito das alterações realizadas pela Instituição no Projeto Pedagógico do Curso. No mesmo dia, a CES realizou o Despacho/Instrução para a Assessoria Técnica do Conselho Estadual de Educação.

É importante informar que consta **aguardando homologação o Parecer CNE 146/2020**, que trata das Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda, sendo que no

Capítulo VIII, Das Disposições Finais e Transitórias, é indicado o prazo de três anos para a implementação das Diretrizes, a partir da data de publicação da referida Resolução:

Art. 22. A implantação e desenvolvimento das Diretrizes Nacionais do Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda devem ser acompanhadas, monitoradas e avaliadas pelas Instituições de Ensino Superior (IES), bem como pelos processos externos de avaliação e regulação conduzidos pelo Ministério da Educação (MEC), visando ao seu aperfeiçoamento.

Art. 23. Os cursos de Publicidade e Propaganda em funcionamento têm o prazo de 3 (três) anos, a partir da data de publicação desta Resolução, para implementação destas Diretrizes Nacionais do Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda.

Parágrafo único. A forma de implementação do novo Projeto Pedagógico do Curso, alinhado a estas Diretrizes Nacionais do Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda poderá ser gradual, avançando-se período por período, ou imediatamente, com a devida anuência dos alunos.

Art. 24. Os instrumentos de avaliação de curso com vistas à autorização, reconhecimento e renovação de reconhecimento, devem ser adequados, no que couber, a estas Diretrizes Nacionais do Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda.

Art. 25 Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

1.2 APRECIÇÃO

Com base na norma em epígrafe, nas informações apresentadas pela Instituição e no Relatório circunstanciado elaborado pela Comissão de Especialistas, passamos à análise dos autos:

Atos Legais

O **Redenciamento da Instituição**: Parecer CEE 155/2020 e Portaria CEE/GP 153/2020, publicada em 10/06/2020, por 5 anos.

Responsável pelo Curso: Profa. Mariany Schievano Granato é graduada em Comunicação Social: Relações Públicas, pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho – UNESP (2011), com Mestrado em Comunicação, pela UNESP (2015), e está cursando o Doutorado em Mídia e Tecnologia, também na UNESP e é Coordenadora e Docente do Curso (<http://lattes.cnpq.br/3006961517195878>).

Dados Gerais

Horários de funcionamento	Noturno
Duração da hora/aula	60 minutos
Carga horária total do curso	3.600 horas
Número de vagas oferecidas	60 vagas anuais
Tempo para integralização	mínimo de 8 semestres máximo de 12 semestres
Forma de acesso	Classificação em Processo Seletivo

Caracterização da Infraestrutura Física reservada ao Curso

A Instituição justificou em seu Projeto Pedagógico, no arquivo que está em CD, fls. 31, que possui uma infraestrutura adequada para a realização do Curso de Bacharelado em Comunicação Social, com Habilitação em Publicidade e Propaganda e o desenvolvimento das atividades propostas. Ao todo são quatro *Campi* da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Penápolis. Segundo a FAFIPE, o curso em questão ficará sediado no *Campus I* e conta com a seguinte infraestrutura:

- Área do Campus:
 - área total do terreno 15.020,00 m²;
 - área construída 6.462,53 m²;
- 25 Uni-fi (roteadores) de sinal de internet gratuita em todo o campus;
- Portaria de 87,78 m², com monitoramento e quatro catracas com identificação;
- Duas geladeiras de bebedouros com 10 torneiras em cada;
- Vasta área arborizada com 8.557,47 m² com jardins e árvores;
- Cantina com capacidade interna para atender 40 pessoas sentadas, e área externa com capacidade para atender 60 pessoas sentadas, com serviço de xerox;
- Quadra poliesportiva com 840,23 m²;
- Estacionamento internos gratuitos com capacidade para 25 carros de professores e 250 motos de alunos;
- Para iniciar o curso, será utilizada uma sala de aula ampla (sala nº 13 no Pavilhão 08, com 104,16 m² de área interna), com luminosidade adequada, ar condicionado (60 mil BTU'S), 60 carteiras, mesa e cadeira para professor, lousa de fórmica quadriculada, um projetor multimídia e tela. Conforme aumento das turmas as outras salas, com características semelhantes à citada acima, serão disponibilizadas para este curso.
- Biblioteca com acervos atualizados, além de assinaturas de periódicos e revistas. Também há

salas de estudos anexas que oferecem condições de conforto que atendem às necessidades dos estudantes (descrita detalhadamente no ANEXO I - Termo de Compromisso);

- Dois laboratórios de Informática que oferecem, além das máquinas, o apoio técnico especializado para os alunos, tanto em horários de aula como através de agendamento em horários livres. Todas as máquinas estão interligadas em rede, com acesso à internet. A FAFIPE conta em média com 30 (trinta) máquinas por laboratório;

- Sala dos Professores: com 62,20 m² de área interna e mais a área de quatro banheiros, duas mesas amplas, uma retangular e outra redonda, 15 cadeiras, 4 ventiladores de teto, quadro de avisos, armários com caixas individuais para todos os docentes.

- Sala Multiuso de Coordenação: com 16 m² de área interna, ar condicionado, armário, mesas de trabalho e reuniões, telefone, computador.

Laboratórios

No Projeto Pedagógico, que consta no arquivo em CD, fls. 31, a Instituição descreve a infraestrutura do Laboratório de Informática e dos Laboratórios Específicos, destinados ao Curso de Bacharelado em Comunicação Social, com Habilitação em Publicidade e Propaganda, casos do Laboratório Multimídia, Sala para Agências Experimentais, Laboratório de Criação e Laboratório de Fotografia, em consonância ao que a Instituição indicou no Anexo I – Termo de Compromisso de Estrutura Física.

Descrição da Biblioteca

De acordo com as informações que constam do Projeto Pedagógico, no arquivo que está em CD, fls. 31, a Biblioteca da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Penápolis é registrada no Ministério da Educação desde 29 de novembro de 1973, possui atualmente um acervo de pouco mais de 17 mil obras, alocadas em uma área de 234,36 m². Há ainda uma Sala de Convivência, em um espaço anexo, perfazendo a área total de 286,86 m². O acesso ao acervo é realizado com a mediação de um profissional da Instituição e a consulta pode ser *on-line*, no qual o usuário tem a possibilidade de fazer reservas das obras e renovações. No Projeto Pedagógico a Instituição apresenta a seguinte relação do acervo.

- Livros: 9.282 títulos – 16.526 exemplares;
- DVD: 25 títulos – 26 exemplares;
- Eventos: 10 títulos – 11 exemplares
- Monografias: 50 títulos – 51 exemplares;
- Referência: 139 títulos – 319 exemplares;
- Apostila: 45 títulos – 45 exemplares;
- Dissertação: 29 títulos – 30 exemplares;
- Tese: 13 títulos – 15 exemplares;
- Trabalhos: 445 títulos – 448 exemplares;;
- Vídeo: 277 títulos – 278 exemplares;
- CD-ROM: 88 títulos – 88 exemplares;
- TOTAL DE OBRAS: 10.403 títulos – 17.837 exemplares;
- PERIÓDICOS: 274 títulos – 4.281 exemplares.

No Projeto Pedagógico, a Instituição informou que o horário de funcionamento da biblioteca é de segunda-feira a sexta-feira, das 13h às 18h, e das 19h às 22h. E acrescentou o seguinte compromisso em relação a aquisição de obras específicas para o curso de Bacharelado em Comunicação Social, com Habilitação em Publicidade e Propaganda:

Assim que este projeto for aprovado, a instituição se compromete a adquirir a bibliografia constante no ementário do curso (ver ANEXO II – Termo de Compromisso).

Plano de Carreira

O Plano de Carreira Docente está acostado aos autos, no anexo III – Plano de Carreira Docente, arquivo PDF que está em CD, fls. 31. A Instituição informou, no arquivo do Projeto Pedagógico do Curso, Item 1.3 – Plano de Carreira, Regimes de Trabalho e Remuneração do Corpo Docente, que o regime de trabalho dos docentes é por hora/aula e a tabela com a apresentação dos valores de hora/aula praticados pela FAFIPE/FUNEPE encontra-se no referido CD.

Planejamento Financeiro

No CD enviado pela Instituição, fls. 31, no arquivo anexo do Projeto Pedagógico, o item 3.11 apresenta a descrição do “Planejamento Econômico-Financeiro para o Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda”, no qual constam os subitens “Composição das Receitas”, “Composição das Despesas”, “Análise Financeira do Curso” e “Aplicação do Superávit – despesas de capital”, com detalhes do referido planejamento financeiro.

Do Projeto Pedagógico do Curso

Em conformidade com a descrição presente no arquivo Projeto Pedagógico, inserido no CD, fls. 31, a proposta do Projeto Pedagógico do Curso de Bacharelado em Comunicação Social, com Habilitação em Publicidade e Propaganda atende ao Parecer CNE/CES nº 492/2001, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos de graduação da área de Comunicação Social. Segundo a Instituição, o Curso proposto pela FAFIPE buscará desenvolver a formação acadêmica e profissional do discente para o atendimento com qualidade ao mercado regional. E a missão do Curso é:

Formar cidadãos para desempenharem papéis profissionais e pessoais de forma ética e coerente em busca do desenvolvimento sólido das carreiras competentes às atividades da Comunicação Social.

A Instituição esclarece, também, que:

A profissão de publicitário é regulamentada pela Lei 4.680 de 18 de junho de 1965 e pelo decreto nº 57690 de 1º de fevereiro de 1966. Para o exercício da profissão é obrigatório o registro da profissão de publicitário perante o serviço de identificação profissional do Ministério do trabalho e Previdência Social.

Ainda no âmbito do Projeto Pedagógico do Curso, a Instituição argumentou no Projeto Pedagógico que são múltiplas as possibilidades de atuação do profissional formado, como atuar em departamentos de comunicação de organizações públicas, privadas, autarquias e agências de publicidade, em áreas relacionadas ao marketing e em veículos de comunicação digital, impressa ou produtoras de vídeos. A Instituição destaca o amplo campo de atuação na região da sede da FAFIPE.

Na cidade de Penápolis/SP e em sua região existe forte potencialidade de desenvolvimento de trabalhos correlatos aos cursos de Comunicação Social em agências específicas da própria cidade e região, como exemplo: Latina Comunicação e Marketing, Ideia Comunicação e Marketing, Fondelo Propaganda e Marketing, Dream Bigger. Periódicos: Revista Mais Visão. Produtoras de eventos: Fumaça, entre outras. Emissoras de TV como SBT na cidade de Araçatuba/SP, TV TEM (afiliada da Rede Globo) em São José do Rio Preto, Plis TV na própria cidade de Penápolis.

Em sua Proposta Pedagógica para o Curso de Bacharelado em Comunicação Social, com Habilitação em Publicidade e Propaganda, a Instituição argumenta que há ainda um campo de atuação muito maior, que poderá ser desenvolvido pelos profissionais formados no curso que buscarem ampliar seus horizontes de atuação. A Instituição indica algumas possíveis atividades a serem desenvolvidas:

- *desempenhar sua atividade profissional em agências de comunicação, de publicidade;*
- *promover eventos;*
- *promover atividades de merchandising;*
- *aplicar pesquisas de mercado atuando de forma analítica para o desenvolvimento de serviços ou produtos, bem como sua melhoria;*
- *Desenvolver planejamento estratégicos para campanhas publicitárias;*
- *Dominar a inserção de mídia nos veículos de comunicação;*
- *Desenvolver atividades de atendimento entre agência/empresa e cliente;*
- *Criar peças publicitárias tanto para mídias alternativas quanto para digitais.*

Objetivos do Curso

No arquivo inserido em CD, fls. 31, no qual consta o Projeto Pedagógico do Curso de Comunicação Social, com Habilitação em Publicidade e Propaganda, há a descrição dos objetivos gerais propostos pela Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Penápolis. Dentre esses objetivos, a Instituição descreve que um de seus principais é

...preparar profissionais éticos e competentes, capazes de contribuir para o desenvolvimento da região, o bem-estar e qualidade de vida de seus cidadãos. Para tanto, ciente de sua responsabilidade social, busca a compreensão das reais necessidades e caminhos para que esse desenvolvimento ocorra, primando pela inclusão social de seus alunos e egressos e desenvolvendo atividades educacionais de nível superior condizentes com o que se espera de uma Instituição cujos princípios, embora sólidos, a permitam responder com prontidão e eficiência aos muitos desafios de uma sociedade em constante transformação.

No Projeto Pedagógico, a Instituição argumenta que a Matriz Curricular do Curso de Comunicação Social, com Habilitação em Publicidade e Propaganda está em sintonia com os objetivos da FAFIPE, visando possibilitar ao discente desenvolver “um programa de estudos coerente, integrado e flexível, com sólida formação básica e formação específica fortalecida na contemporaneidade clássica”. A Instituição

justifica que a distribuição das cargas horárias da matriz curricular é organizada de forma equilibrada entre os conteúdos, oferecendo os conhecimentos indispensáveis à formação do discente.

A seguir são apresentados os Objetivos Gerais do curso. Ressalta-se que os pontos 2) e 3) foram acrescentados pela Instituição neste Projeto Pedagógico, que consta do CD, fls. 31, após as observações apresentadas pela Comissão de Especialistas no Relatório circunstanciado, fls. 14, como será aprofundado posteriormente:

- 1) *Fundamentar a formação de cidadãos com capacidade sólida por meio da oferta de disciplinas básicas e em comum aos cursos de Comunicação Social, durante primeiro e segundo semestres, do bacharel, por meio da aplicabilidade ética de conceitos sobre as profissões;*
- 2) *Desenvolver capacidades analíticas e práticas para que o profissional atue na região dentro de micro e pequenas empresas a fim de fomentar a comunicação social, especificamente a Publicidade e Propaganda a favor da realização eficaz de campanhas utilizando tanto mídias tradicionais quanto às relacionadas às tecnologias digitais de comunicação e informação da contemporaneidade;*
- 3) *Promover aportes práticos também para a concepção de comunicação estruturada em organizações ou agências que prestem serviços para o setor agroindustrial presente na região da IES;*
- 4) *Garantir a boa formação do profissional de Comunicação Social com o objetivo de fornecer a capacidade crítica teórico-prática inerente ao exercício da profissão;*
- 5) *Fomentar o desenvolvimento da ciência por meio da formação em ciências sociais aplicadas e metodologias de pesquisa para pesquisa referentes à iniciação científica em suas diversas modalidades;*
- 6) *Formar profissionais aptos a desenvolver projetos e atividades teóricas e técnicas de criação, elaboração e divulgação na área de publicidade e propaganda e mídias digitais de ordem institucional, comercial e cultural;*
- 7) *Os egressos do curso estarão aptos a atuarem em instituições comerciais, industriais de qualquer ramo, como na prestação de serviços, requisitada na região de Penápolis e mesmo do estado de São Paulo e do país, em instituições públicas e privadas;*
- 8) *Promover a interação aluno e comunidade ao incentivar o desenvolvimento de projetos relacionados à prestação de serviços sem fins lucrativos para a comunidade de Penápolis e região.*

Perfil do Profissional a ser Formado

No Projeto Pedagógico do Curso, que está no arquivo inserido em CD, fls. 31, a Instituição ressaltou a pluralidade do campo de estudos da Comunicação Social, sendo que o perfil do egresso deve estar em concordância com o descrito nas Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Comunicação Social, apresentando, por exemplo:

Visão integrada, holística e horizontalizada, ao mesmo tempo genérica e especializada do seu campo de trabalho a fim de proporcionar o entendimento da dinâmica das diversas modalidades comunicacionais e das suas relações com processos sociais que as origina.
Capacidade de criação, produção, distribuição, recepção e análise crítica sobre as mídias e suas práticas profissionais. Inserções culturais, políticas e econômicas.
Habilidade em refletir a variedade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais da área, adequada à complexidade e velocidade da contemporaneidade.
Capacidade de articulação entre o conhecimento teórico-prático oferecido em seu curso, sendo, portanto, competente para posicionar-se de um ponto de vista ético-político sobre o exercício do poder na comunicação, sobre os constrangimentos a que a comunicação possa ser submetida, sua repercussão social e potencialidades da relação social.

Competências e Habilidades

No âmbito geral das competências e habilidades de um profissional a ser formado na área de Comunicação Social, a Instituição recorreu às indicações do Parecer CNE/CES 491/2001, e destacou o perfil geral de um profissional graduado na área, como segue:

1. *Assimilar criticamente conceitos que permitam a apreensão de teorias;*
2. *Usar tais conceitos e teorias em análises críticas da realidade;*
3. *Posicionar-se de modo ético;*
4. *Dominar as linguagens habitualmente usadas nos processos de comunicação, nas dimensões de criação, de produção, de interpretação e da técnica;*
5. *Experimentar e inovar no uso destas linguagens;*
6. *Refletir criticamente sobre as práticas profissionais no campo da Comunicação;*
7. *Ter competência no uso da língua nacional para escrita e interpretação de textos gerais e especializados na área;*

8. Ter competência para desenvolver projetos em ambientes digitalizados;
9. Estar apto a desenvolver programas de comunicação social em sua totalidade;
10. Ter competência para desenvolver peças em ambientes digitais;
11. Compreender as funções da tecnologia com o objetivo de se apropriar das ferramentas digitais para a produção de campanhas publicitárias;
12. Desenvolver competências para a aplicabilidade técnica em produtos mobile;
13. Ter habilidade para desempenhar o planejamento estratégico no cenário contemporâneo mediado pelas tecnologias digitais de comunicação e informação.

Em relação às competências e habilidades específicas esperadas de um profissional habilitado em Publicidade e Propaganda, o que foi descrito pela Instituição em seu primeiro Projeto Pedagógico mereceu algumas considerações da Comissão de Especialistas sobre o perfil do profissional a ser formado, apresentadas no Relatório circunstanciado, fls. 13 verso e 14. A partir das Considerações da Comissão, em seu novo Projeto Pedagógico que consta no CD, fls. 31, a Instituição acrescentou, às competências listadas a seguir, as duas últimas.

Ordenar informações conhecidas e realizar diagnóstico situacional de clientes.
Realizar pesquisas de consumo, motivação, concorrência, argumentos, utilizando métodos quantitativos e qualitativos.
Definir objetivos e estratégias de comunicação como soluções para problemas de mercado e institucionais dos anunciantes.
Conceber meios de avaliar e corrigir resultados de programas estabelecidos.
Executar e orientar trabalho de criação e produção de campanhas de propaganda em veículos impressos, eletrônicos e digitais.
Realizar e interpretar pesquisas de criação como subsídio para a preparação de campanhas publicitárias.
Dominar linguagens e competências estéticas e técnicas para criar, orientar e julgar materiais de comunicação pertinentes a suas atividades, bem como planejar, executar e administrar campanhas de comunicação com o mercado, envolvendo o uso da propaganda e de outras formas de comunicação, como a promoção de vendas, o merchandising e o marketing direto.
Identificar a responsabilidade social da profissão, mantendo os compromissos éticos estabelecidos.
Assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes à publicidade e à propaganda.
Desenvolver habilidades técnico-práticas específicas para pequenas e médias empresas, foco da região em que a IES está inserida, trazendo inovação no desempenho de atividades ligadas, principalmente à realização de atividades focadas em mídias digitais.
Dominar plataformas digitais contemporâneas com objetivo de desenvolver atividades relativas à comunicação como produção de textos, conteúdo audiovisual para mídias sociais, por exemplo.

Matriz Curricular

A Matriz Curricular do Curso, descrita a seguir, trata de uma versão rerepresentada pela Instituição, a partir das Considerações da Comissão de Especialistas, conforme apontado no subitem 2.4.1 *Matriz curricular*, do Relatório circunstanciado, de fls. 14 verso a 21. Essa matriz consta do Projeto Pedagógico do Curso de Comunicação Social, com Habilitação em Publicidade e Propaganda, que está no arquivo inserido em CD, fls. 31.

Disciplina	Carga Horária Semanal	Carga Horária Semestral		Carga Horária Total	
		Teórica	Prática		
1º Período					
Teorias da Comunicação	4	80	-	80	400
Introdução à Publicidade e Propaganda	4	80	-	80	
Introdução às Mídias Digitais	4	80	-	80	
História da Comunicação	2	40	-	40	
Sociologia da Comunicação	4	80	-	80	
Língua Portuguesa	2	40	-	40	
2º Período					
Planejamento em Comunicação	4	80	-	80	400
Comunicação e Linguagem	4	80	-	80	
Princípios de Fotografia	4	80	-	80	
Antropologia da Comunicação	4	80	-	80	
Filosofia da Comunicação	2	40	-	40	
Ética na Comunicação Social	2	40	-	40	
3º Período					

Mídias Sociais	2	40	-	40	400
Ambientes em Mídias Digitais	4	40	-	80	
Criação e Comunicação Digital	4	80	-	80	
Produção Gráfica e Digital	2	40	-	40	
Plataformas Digitais	2	40	-	40	
Redação Publicitária	4	80	-	80	
Semiótica em Publicidade e Propaganda	2	40	-	40	
4º Período					
Planejamento em Mídias Digitais	2	40	-	40	400
Planejamento Publicitário	4	80	-	80	
Webwriting – Marketing de Conteúdo	2	40	-	40	
Planejamento Estratégico em Mobile	2	40	-	40	
Produção Publicitária em Rádio, Televisão e Cinema	4	80	-	80	
Arquitetura da Informação e Navegação	2	40	-	40	
Sociologia da Cultura, da Arte e do Conhecimento	2	40	-	40	
Pensamento e Comportamento do Consumidor	2	40	-	40	
5º Período					
Atendimento Publicitário	2	40	-	40	400
Marketing	4	80	-	80	
Estatística Aplicada à Comunicação	2	40	-	40	
Pesquisa de Marketing I	4	80	-	80	
Estratégia de Ativação (Promoção, Merchandising e Eventos)	2	40	-	40	
Criação Publicitária	4	40	40	80	
OPTATIVA 1	2	40	-	40	
6º Período					
Mídia	4	80	-	80	400
Produção de Conteúdo para Mídias Digitais	4	40	40	80	
Estratégias para Uso de Big Data	4	80	-	80	
Pesquisa de Marketing II	4	40	40	80	
Criação para Novos Formatos	2	40	-	40	
Estética em Publicidade e Propaganda	2	40	-	40	
7º Período					
Projeto Experimental – Métodos e Técnicas de Pesquisa	4	80	-	80	400
Análise de Métricas	2	40	-	40	
Estratégias de Comunicação Empresarial	4	80	-	80	
Estratégias de Ativação (Inovação)	4	80	-	80	
Modelos de Negócios Digitais	4	-	80	80	
Metodologia do Trabalho Científico	2	40	-	40	
Análise de Métricas	2	40	-	40	
8º Período					
Empreendedorismo e Inovação	2	20	20	40	400
Publicidade na Internet	2	40	-	40	
Produção Audiovisual em Comunicação Digital	4	80	-	80	
Projeto Experimental – Orientação	2	-	40	40	
Realidade Social e Política Brasileira	2	40	-	40	
Direito da Comunicação e Legislação Profissional	2	40	-	40	
Supervisão de Estágio	2	20	20	40	
OPTATIVA 2	2	40	-	40	
OPTATIVA 3	2	40	-	40	

DISCIPLINAS OPTATIVAS
Resumo da Carga Horária do Curso

Disciplina	Carga Horária Semanal	Carga Horária Semestral		Carga Horária Total
		Teórica	Prática	
Branding	2	40	-	40
Transmídia Storytelling	2	40	-	40
Business Intelligence	2	40	-	40
Mercados de Comunicação	2	40	-	40
Gameificação	2	40	-	40
Inteligência Artificial e User Experience	2	40	-	40
Comunicação para o Agronegócio	2	40	-	40
Metodologias para Marketing Digital	2	40	-	40
Ecologia e Comunicação Midiática	2	40	-	40
Comunicação Interativa e Fluxo Eletrônico Digital	2	40	-	40
Componente Curricular		Carga Horária		
Núcleo de Formação Específica		2.200 h		

Núcleo de Formação Complementar	880 h
Núcleo de Formação Livre	120 h
Atividades Científico-Culturais	200 h
Estágio Supervisionado	200 h
Carga Horária Total	3.600 h

A Composição Curricular do Curso atende ao Parecer CNE/CES 492/2001, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos de graduação da área de Comunicação Social e suas Habilitações.

O Curso de Bacharelado em Comunicação Social, com Habilitação em Publicidade e Propaganda, proposto pela Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Penápolis, possui carga horária de 3.400 horas de atividades, que somadas às 200 horas de Estágio Supervisionado, perfazem o total de 3.600 horas, contemplando assim o disposto na legislação, que prevê a carga mínima de 2.700 horas para Curso de Bacharelado em Comunicação Social, de acordo com a Resolução CNE/CES 02/2007.

Ementário das Disciplinas

As ementas, com as respectivas bibliografias, encontram-se no arquivo do Projeto Pedagógico do Curso de Bacharelado em Comunicação Social, com Habilitação em Publicidade e Propaganda, fls. 43 a 103, que consta no CD encaminhado pela Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Penápolis, e juntado ao Processo, fls. 31, e também se trata de uma nova versão apresentada pela Instituição, a partir da ponderação da Comissão de Especialistas, apresentada no Relatório circunstanciado, fls. 14 verso a 21 frente.

Corpo Docente

Docentes	Titulação	Graduação	Disciplinas
1. Bruno Jareta de Oliveira*	Doutor	Comunicação Social – Habilitação em Radialismo	- Ética na Comunicação Social - Semiótica em Publicidade e Propaganda - Produção Publicitária em Rádio, Televisão e Cinema
2. Carlos Eduardo Marotta Peters	Doutor	História e Ciências Econômicas	- História da Comunicação
3. Carlos Eduardo Tauil	Mestre	Direito	- Antropologia da Comunicação
4. Danilo Leme Bressan	Mestre	Comunicação Social – Publicidade e Propaganda	- Introdução à Publicidade e Propaganda - Ambientes em Mídias Digitais - Produção Gráfica e Digital - Arquitetura da Informação e Navegação - Pensamento e Comportamento do Consumidor
5. Glauco Toledo Madeira	Doutor	Imagem e Som	- Princípios de Fotografia - Criação e Comunicação Digital - Planejamento em Mídias Digitais
6. Juliano Ferreira de Sousa	Mestre	Comunicação Social – Jornalismo e Licenciatura em História	- Comunicação e Linguagem - Redação Publicitária
7. Liene Nunes Saddi	Doutora	Comunicação Social – Midialogia	- Plataformas Digitais - Planejamento Estratégico em Mobile
8. Mariany Schievano Granato	Mestre	Relações Públicas	- Introdução às Mídias Digitais - Planejamento em Comunicação - Mídias Sociais - <i>Webwriting</i> – Marketing de Conteúdo
9. Tainah Schuindt Ferrari Veras	Mestre	Comunicação Social – Radialismo	- Teorias da Comunicação - Planejamento Publicitário
10. Thiago Pereira da Silva Mazucato*	Doutor	Sociologia	- Sociologia da Comunicação - Filosofia da Comunicação - Sociologia da Cultura, da Arte e do Conhecimento
11. Wanderli Aparecido Bastos	Doutor	Letras	- Língua Portuguesa

TITULAÇÃO	nº	%
Mestres	05	45,45%
Doutores	06	54,55%
TOTAL	11	100%

O Corpo Docente é composto por 05 professores com titulação de Mestre e 06 professores com Doutorado, atendendo ao disposto na Deliberação CEE 145/2016, que fixa normas para admissão de docentes para o magistério em cursos superiores de graduação.

A Profa. Mariany Schievano Granato é responsável pelo curso. Mestre em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho – UNESP, é também uma das docentes do curso.

* A partir de consulta aos Currículos dos Docentes do Curso na Plataforma *Lattes*, observou-se que os professores Bruno Jareta de Oliveira e Thiago Pereira da Silva Mazucato concluíram o Doutorado no ano de 2020. O professor Bruno Jareta de Oliveira concluiu o Doutorado em Comunicação (<http://lattes.cnpq.br/7423190778887548>) e o professor Thiago Pereira da Silva Mazucato concluiu o Doutorado em Ciências Sociais (<http://lattes.cnpq.br/7348071393470097>); ambos pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho – UNESP; porém ainda estavam indicados com a titulação de Mestre na tabela original enviada pela Instituição.

Número de Funcionários Administrativos disponíveis para o Curso

De acordo com as informações disponibilizadas pela Instituição no arquivo do Projeto Pedagógico do Curso, inserido em CD, fls. 31, estão previstos 14 funcionários administrativos para atuarem no curso de Bacharelado em Comunicação Social, com Habilitação em Publicidade e Propaganda, conforme tabela:

Departamento	Funcionários
Secretaria	4
Financeiro	2
Recursos Humanos	2
Informática / Comunicação	2
Biblioteca	2
Zeladoria / Portaria	2
Total	14

Termo de Compromisso

Ao verificar as informações constantes no CD enviado pela Instituição, juntadas a este Processo às fls. 31, observou-se que no Termo de Compromisso do Anexo 1 e também do Anexo 2, ambos em PDF, havia apenas a assinatura do presidente da Fundação Educacional de Penápolis, Fábio José Garcia Ramos Gimenes, mas não do diretor geral da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Penápolis –, Prof. Dr. Wanderli Aparecido Bastos.

Para esclarecer o ocorrido, foi realizada Diligência em 15/05/2020, Ofício AT 87/2020, fls. 39 e 40, sendo que a Instituição se manifestou por meio de mensagens eletrônicas e arquivos anexo, de fls. 41 a 45. No e-mail enviado em 26/05/2020, constam o arquivo anexo com o Ofício 042/2020, endereçado ao Presidente do Conselho Estadual da Educação de São Paulo, e os dois Termos de Compromisso, Anexo I e Anexo II, no qual constam as assinaturas do Presidente da Fundação Educacional de Penápolis, Fábio José Garcia Ramos Gimenes, e do Diretor Geral da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Penápolis, Prof. Dr. Wanderli Aparecido Bastos. Os Termos de Compromisso estão em PDF, datados de 20/06/2019, pois, segundo esclarecimentos da Instituição no Ofício 042/2020, os documentos estavam assinados desde a referida data, entretanto os mesmos não haviam sido salvos no CD, fls. 31.

No Termo de Compromisso do Anexo I, há o “Plano de aquisições para o Curso Bacharelado em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda”, no qual a Instituição se compromete a fazer novas edificações e instalações, adquirir novos equipamentos e materiais, ampliar o corpo docente e de funcionários conforme necessário. No Termo de Compromisso do Anexo II, denominado: “Plano de Ampliação Permanente do Acervo de Livros e de Periódicos Especializados para o Curso Bacharelado em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda”, há o comprometimento de adquirir cinco exemplares de cada título da bibliografia básica, bem como a ampliação do acervo bibliográfico e de periódicos especializados para o curso. Estes compromissos registrados nos documentos assinados são também descritos no item 3.10, do Projeto Pedagógico, com o título: “Termos de compromisso referentes à instalação do curso”, conforme descritos a seguir:

- *Aquisição de materiais, novas edificações e instalações ou adaptação dos laboratórios já existentes, ampliação do corpo docente e do quadro de funcionários – ANEXO I.*
- *Plano e ampliação e atualização permanente do acervo de livros e de periódicos especializados na área de conhecimento do Curso – ANEXO II.*

Da Comissão de Especialistas

Designada para apreciar o pedido de Aprovação do Projeto do Curso de Bacharelado em Comunicação Social, com Habilitação em Publicidade e Propaganda, da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Penápolis, a Comissão de Especialistas elaborou Relatório circunstanciado, fls. 12 a 24, frente e verso, no qual fez algumas observações, que foram encaminhadas pela Câmara de Educação Superior no dia 30/10/2019, por meio de Ofício CES 478/2019, em Diligência, fls. 28, para ciência e manifestação da Instituição. A Direção da FAFIPE protocolou, no dia 04/12/2019, um novo Projeto do Curso de Bacharelado em Comunicação Social, com Habilitação em Publicidade e Propaganda – Ofício 115/2019, fls. 30 e 31. Em

06/12/ 2019, a CES encaminhou o documento para a Comissão de Especialistas, que se manifestou em 17/01/2020, fls. 34 a 37, frente e verso.

Na sequência, apresentação da análise da Comissão de Especialistas, destacando os questionamentos apontados e as respectivas respostas da Instituição a cada ponto referido pelos Especialistas.

Breve contextualização da Instituição de Ensino Superior

Após descrever alguns dados gerais da Instituição, inclusive que a Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Penápolis é mantida pela Fundação Educacional de Penápolis, em seu Relatório circunstanciado, fls. 12 e 13, a Comissão de Especialista apresentou a missão institucional da FAFIPE e a infraestrutura física da Instituição, com seus quatro Campus, conforme já foi descrito anteriormente nesta Informação. A Comissão também contextualizou a localização no município de Penápolis, e sua inserção na mesorregião de Araçatuba e microrregião de Birigui, e fez a seguinte observação sobre a possibilidade de implantação do curso de Bacharelado em Comunicação Social, com Habilitação em Publicidade e Propaganda:

Por meio da verificação das informações contidas no Projeto Pedagógico do curso relativas às IES é possível destacar que a mesma possui boa infraestrutura o que pode favorecer a implantação do curso de Publicidade e Propaganda (PP). A IES tem tradição na cidade de Penápolis e região, cujas atividades foram iniciadas no ano de 1966. Desta forma, deve possuir um conjunto de repertórios e conhecimentos já gerados e reputação social e cultural junto à região que poderão apoiar a implementação do curso. O curso de PP será instalado trazendo consigo a reputação da IES e se valerá deste valor agregado e capital social necessários à sua implantação.

Ao se investir em um novo curso a IES além de ampliar seu portfólio de cursos cumpre com sua missão de preparar profissionais para o mercado para atender à região e ao Estado gerando melhorias na mesma e influenciando no seu crescimento. Desta forma cumpre com a função social que cabe às Instituições de Ensino Superior que é a de participar ativamente do desenvolvimento local e regional.

Projeto Pedagógico

A Comissão de Especialistas relacionou os dados gerais do Curso de Bacharelado em Comunicação Social, com Habilitação em Publicidade e Propaganda, fls. 13 verso, com indicação de carga horária, turno, duração do curso, modalidade, entre outros aspectos apresentados no quadro demonstrativo destacado no início desta Informação. Segundo os Especialistas:

Os dados gerais apresentados estão em conformidade com a legislação vigente. Considerando a carga horária total, duração, vagas ofertadas considera-se compatível com o mínimo exigido.

Perfil do Profissional a ser Formado

Quanto ao perfil do profissional a ser formado, a Comissão de Especialistas explicou que o Curso de Bacharelado em Comunicação Social, com Habilitação em Publicidade e Propaganda, proposto no Projeto Pedagógico, acompanha as Diretrizes Curriculares Nacionais da área, fls. 13 verso e 14 frente, mas argumentou:

Entretanto notou-se que a descrição do perfil de profissional a ser formado apresentado nesta proposta não contempla nenhuma inovação em relação a aspectos contemporâneos ligados ao curso. Na verdade, é uma descrição que atende exclusivamente às Diretrizes. Acredita-se que o PPC deixa de registrar importante contribuição na formação do aluno que privilegie a formação inovadora para o mundo do trabalho e incorpore as realidades regionais, próprias da região na qual se insere, também, a IES.

Entende-se, portanto, ser bastante oportuna a revisão do perfil profissional do Curso, incluindo a formação inovadora entre as indicações das Diretrizes.

A Instituição ofereceu resposta ao apontamento da Comissão de Especialistas, no arquivo em CD, fls. 31, justificando que promoveu alteração no Projeto Pedagógico do Curso, conforme segue:

Foi feita a revisão do perfil do profissional a ser formado, acrescentando-se dois itens de grande relevância no que se refere à formação inovadora para o curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda.

É importante explicar que foi utilizado, como base, o Projeto Pedagógico reenviado pela Instituição após o atendimento das observações do Relatório circunstanciado da Comissão de Especialistas. Sendo assim, no parágrafo sobre as competências e habilidades específicas, apresentado anteriormente, há a inserção dos dois itens justificados pela Instituição.

Ao verificar as respostas da Instituição à Diligência da CES, sobre os apontamentos realizados, a Comissão de Especialistas apresentou novo parecer, fls. 34 frente e verso:

De acordo com novo relatório encaminhado a IES informa que:

Foi feita a revisão do perfil do profissional a ser formado, acrescentando-se dois itens de grande relevância no que se refere à formação inovadora para o curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda. Os dois itens incorporados ao PPP, seguem:

- *Desenvolver habilidades técnico-práticas específicas para pequenas e médias empresas, foco da região em que a IES está inserida, trazendo inovação no desempenho de atividades ligadas, principalmente à realização de atividades focadas em mídias digitais.*
- *Dominar plataformas digitais contemporâneas com objetivo de desenvolver atividades relativas à comunicação como produção de textos, conteúdo audiovisual para mídias sociais, por exemplo.*

Considera-se este item em conformidade ao solicitado pelos especialistas.

Objetivos Gerais e Específicos do Curso ou da Habilitação

Em seu Relatório circunstanciado, fls. 14, a Comissão de Especialistas ponderou que os objetivos gerais do curso estão em consonância com os próprios objetivos da Instituição. Mas os Especialistas argumentaram, também, que seria necessário rever os objetivos do curso por serem muito amplos:

*Quanto aos objetivos gerais do curso, é importante registrar que são amplos e necessitam **ser revistos** a fim de se adequarem à realidade regional; também, é importante estabelecer claramente os objetivos específicos para que o curso tenha um diferencial entre os cursos de Publicidade da região ou do Estado.*

Finalmente cabe mencionar que seria relevante para o curso contemplar objetivo que pudesse incluir a inovação, especialmente ligada à Inteligência Artificial, e o empreendedorismo, na medida em que são elementos importantes para o futuro desses profissionais.

Quanto a este apontamento da Comissão de Especialistas, a Instituição fez alterações, incorporadas ao Projeto Pedagógico do curso, no item sobre os “Objetivos do Curso”, mais especificamente nos pontos 2) e 3). Estas indicações estão no Projeto Pedagógico, que consta do CD, fls. 31, e a Instituição ofereceu a seguinte resposta às observações da Comissão de Especialistas, do Relatório circunstanciado, fls. 14:

Foi feita uma revisão nos objetivos gerais e específicos do curso, atendendo ao que foi solicitado no relatório, adequando-se os itens à realidade regional e imprimindo um diferencial do curso na região (que é fortemente vocacionada para o setor agroindustrial).

A Comissão de Especialistas afirmou, em fls. 34 verso, ser favorável ao argumento apresentado pela Instituição.

A IES ampliou os objetivos gerais propostos contemplando temas de importância regional e local.

Considera-se este item em conformidade ao solicitado pelos especialistas.

Matriz Curricular

Em relação ao item sobre Matriz Curricular, a Comissão de Especialistas fez uma extensa análise do tema, inicialmente relatando que a Instituição agrupou as disciplinas em Núcleo de Formação Específica, Núcleo de Formação Complementar, Núcleo de Formação Livre, Atividades Científico-Culturais e Estágio, totalizando a carga horária de 3.600 horas, atendendo aos dispositivos legais. Porém, à luz do Parecer CNE/CES 492/2001, a Comissão fez diversas observações, em fls. 14 verso a 21 frente, inclusive apresentando quadros da matriz curricular e de ementas. Segundo os Especialistas, fls. 15:

...chama-nos a atenção certa desproporcionalidade de distribuição da carga horária, mais especificamente relacionada às disciplinas ligadas aos conteúdos básicos com aportes relacionados às Ciências Humanas, quais sejam: Língua Portuguesa I e II; Sociologia da Comunicação; Realidade Social e Política Brasileira; Antropologia e Filosofia da Comunicação; Metodologia do Trabalho Científico; Ética na Comunicação Social e Projeto Experimental – Métodos e Técnicas de Pesquisa. Essas disciplinas correspondem a aproximadamente 12% do total de disciplinas contempladas nos eixos Núcleo de Formação Específica e Núcleo de Formação Complementar. Seria importante que a IES verificasse se essa porcentagem (aproximada) poderá dar conta de atender aos objetivos do curso, bem como, à formação desejada do aluno proposta pelo PPC.

Já em relação à matriz curricular seria importante que a IES reavaliasse a proporcionalidade de disciplinas, suas ementas, seriação, etc.

Na sequência, a Comissão de Especialistas transcreveu a Matriz curricular que a Instituição havia registrado no primeiro Projeto Pedagógico, em CD, fls. 03, e fez o seguinte comentário, fls. 17:

A distribuição das disciplinas pode gerar certas ambiguidades relativamente aos seus conteúdos como também certas incoerências em relação a sequência em que estão dispostas nos semestres. Entendemos a importância de criar uma matriz em que os conteúdos não permitam possíveis repetições ou possam vir a se chocarem devido às ementas abrangerem temáticas muito próximas.

Em continuidade à sua reflexão, a Comissão de Especialistas apontou algumas disciplinas que, segundo sua compreensão, poderiam gerar ambiguidade/repetição de conteúdos, além de poder significar disposição incoerente nos semestres, fls. 17 verso a 20 verso. Ao apresentar suas ponderações, a Comissão se referiu às disciplinas e ementas que estão no Projeto Pedagógico do CD, fls. 03:

A) Disciplinas que trabalham o Digital: sugerimos que a sequência de disposição nos semestres deva ser repensada. Por exemplo, a disciplina Ambiente em Mídias Digitais I e II alocadas no 3º e 4º semestres que nos parecem disciplinas introdutórias e mais amplas estão dispostas depois de disciplinas mais específicas do campo do Digital. Recomendamos também que as ementas sejam revistas para evitar conteúdos que poderiam ser repetitivos por trabalharem temáticas e/ou abordagens muito próximas. Além disso, recomendamos também que seja repensada a estratégia das várias disciplinas com 2 créditos que poderiam ser agrupadas gerando assim conteúdos mais alinhados e menos pulverizados.

Cabe ressaltar que as disciplinas anteriormente elencadas correspondem a um total aproximado de 20% da soma das disciplinas específicas e complementares.

B) Disciplinas dos Fundamentos da Profissão do Publicitário: recomendamos que algumas disciplinas que são da base fundante da profissão do publicitário sejam repensadas. Por exemplo, disciplinas ligadas às mídias mais tradicionais, tais como produção em Rádio, TV e Cinema e Mídia que são disciplinas essenciais ao saber e ao fazer publicitária estão dispostas com apenas 2 créditos. Isso gera certa preocupação quanto ao entendimento que se tem sobre a formação deste profissional que mesmo considerando o ambiente digital como parte integrante de um conjunto de saberes, as mídias tradicionais ainda estão muito presentes na vida das sociedades. Temos a responsabilidade de apontar que as ementas destas disciplinas são amplas e complexas para serem contempladas com apenas 2 créditos. Outra disciplina que nos chama a atenção é a de Criação Publicitária que também é importante para a profissão e está sendo atribuída a ela apenas 2 créditos. Mesmo entendendo que existem outras disciplinas na matriz que trabalham com criação, mídia e produção estas estão voltadas ao digital o que não invalida a importância destas disciplinas mais tradicionais do currículo do publicitário.

C) Disciplinas ligadas ao Campo das Humanidades: reforçamos a importância das disciplinas ligadas às Ciências Humanas, na medida em que preparam o publicitário com base crítica e problematizadora. Desta forma, sugerimos que seja revisto a proporcionalidade destas disciplinas em relação à carga horária das disciplinas e suas ementas. Em específico, pedimos especial atenção à disciplina “Antropologia e Filosofia da Comunicação” com 2 créditos, pois acreditamos que são duas ciências com alto grau de complexidade e juntá-las e atribuir 2 créditos talvez possa comprometer a formação crítica do aluno.

A Comissão de Especialistas finalizou sua análise da Matriz Curricular comentando que considerava importante e muito consistentes as disciplinas optativas destacadas pela FAFIPE, por apresentarem proposta inovadora em suas ementas e temáticas abordadas, fls. 21.

Quanto à análise da Comissão de Especialistas em seu Relatório circunstanciado, a Instituição se justificou, conforme é apresentado a seguir, e fez as alterações no Projeto Pedagógico, que consta do CD, fls. 31:

Em atendimento ao documento CNE/CES 492/2001 o projeto passou a mencionar o atendimento aos conteúdos das disciplinas e demais atividades do curso em Conteúdos Básicos (Teórico-Conceituais; Analíticos e Informativos sobre a Atualidade; Linguagens, Técnicas e Tecnologias Midiáticas; Ético-Políticos) e Conteúdos Específicos.

Sem deixar de atender ao documento CNE/CES 492/2001, uma vez que todos os conteúdos Básicos e Específicos estão contemplados nas disciplinas do curso, no projeto a opção foi por uma organização das disciplinas em Núcleos (Formação Específica, Formação Complementar, Formação Livre), permitindo que a gestão das disciplinas, sem deixar de atender aos regramentos que norteiam o curso, tanto em nível nacional quando no Conselho Estadual de Educação, também estejam próximas da gestão da IES, já utilizando-se das categorias que a instituição tem adotado nos novos projetos, incluindo-se ali um conjunto de disciplinas optativas (Formação Livre), que a IES considera salutar preservar para que a dinâmica do curso permita ao estudante a escolha de um conjunto de disciplinas a serem cursadas).

No tocante à primeira resposta da Instituição, relacionada à Matriz curricular, a Comissão de Especialistas apresentou seu novo parecer, em fls. 34 verso e 35 frente, e concluiu sua reflexão afirmando:

Diante da alteração realizada e do posicionamento da IES e, considerando que no relatório inicial os especialistas recomendam uma reavaliação, considera-se que a IES atende a estas considerações e, desta forma, considera-se o relatório adequado.

Considera-se este item em conformidade ao solicitado pelos especialistas.

Ainda sobre o tema das observações da Comissão de Especialistas sobre aspectos da Matriz Curricular, que constavam do primeiro Projeto Pedagógico, em CD, fls. 03, a Instituição justificou a seguir as alterações realizadas. Essas alterações estão presentes no Projeto Pedagógico, do segundo CD anexado ao Processo, fls. 31, e constam na Matriz Curricular:

A) Disciplinas que trabalham o Digital

Foram feitas todas as adequações sugeridas no relatório, inclusive a realocação de disciplinas que tratam do digital nos respectivos semestres recomendados. Foram revistas diversas ementas de disciplinas. Quanto às disciplinas com 2 créditos, principalmente as que tinham I e II, foram unificadas. Na medida do possível, para não comprometer a carga horária total, também foram ampliadas as cargas horárias de disciplinas com poucos créditos, sempre conforme as sugestões do relatório.

B) Disciplinas dos Fundamentos da Profissão do Publicitário

De acordo com as sugestões, as disciplinas de (1) Produção Publicitária em Rádio, Televisão e Cinema, (2) Mídia e (3) Criação Publicitária tiveram seus créditos aumentados, de 40 horas para 80 horas, por entendermos a relevância das observações apontadas no relatório.

C) Disciplinas ligadas ao Campo das Humanidades

Em atendimento às sugestões do relatório, a disciplina de Antropologia e Filosofia da Comunicação teve sua carga horária aumentada de 40 para 80 horas, por concordarmos com as observações propostas. A disciplina de Sociologia da Comunicação também teve sua carga horária aumentada de 40 para 80 horas. Foi introduzida a disciplina de Sociologia da Cultura, da Arte e do Conhecimento, com carga horária de 40 horas, para reforçar o núcleo das disciplinas do campo das humanidades. Ao todo, este conjunto de disciplinas do campo das humanidades, que estava composto por 120 horas passou a ser composto por 240 horas.

Relacionado a estes três pontos alterados pela Instituição na Matriz Curricular, a Comissão de Especialistas apresentou seu novo parecer, em fls. 35 verso e 36 frente, com a seguinte conclusão:

Diante da verificação das alterações os especialistas consideram que as adequações atendem às recomendações sugeridas.

Considera-se este item em conformidade ao solicitado pelos especialistas.

Ementário

No Relatório circunstanciado, fls. 21 frente, a Comissão de Especialistas fez um breve comentário sobre o quesito Ementário:

O ementário está bem escrito, está claro e bem estruturado. Seus conteúdos estão alinhados ao quadro de disciplinas oferecidas. Nossa ressalta se atribui à preocupação de certa priorização de disciplinas voltadas para o digital com conteúdo que poderiam se tornar repetitivos.

Em resposta, a Instituição alegou que fez “a adequação do ementário, unificando-se algumas disciplinas que tratavam do digital”. As alterações foram incorporadas ao novo Projeto Pedagógico, anexado ao Processo em CD, fls. 31, e mereceram a seguinte observação da Comissão de Especialistas, fls. 36 verso.

Ao constatar tais alterações os especialistas consideram o atendimento às solicitações.

Considera-se este item em conformidade ao solicitado pelos especialistas.

Bibliografia básica que explicita a adequação da organização pedagógica ao perfil do profissional definido

Ao analisar a bibliografia básica do Curso de Bacharelado em Comunicação Social, com Habilitação em Publicidade e Propaganda, em fls. 21, a Comissão de Especialistas explicou que a bibliografia básica do curso encontrava-se adequada às ementas e disciplinas propostas, estando em conformidade com a organização pedagógica e o perfil profissional, porém fez uma ressalta:

Ressalta-se, entretanto, que a IES verifique as edições dos livros apontados neste quesito, na medida em que há edições com mais de 5 anos de publicação.

A Instituição respondeu ao tema afirmando, no arquivo em CD, fls. 31:

Foi feita uma adequação em diversas bibliografias de disciplinas, atualizando-se quando necessário. Para obras clássicas, manteve-se a data (uma vez que a edição adquirida sempre será a mais atualizada no momento).

Após verificar a resposta da Instituição, a Comissão de Especialistas apresentou a seguinte manifestação, em fls. 36 verso:

Ao constatar tais alterações os especialistas consideram o atendimento às solicitações.

Considera-se este item em conformidade ao solicitado pelos especialistas.

Número de Vagas Iniciais e Turnos de Funcionamento

A Comissão de Especialistas analisou o Projeto Pedagógico do Curso de Bacharelado em Comunicação Social, com Habilitação em Publicidade e Propaganda, e considerou, em seu Relatório circunstanciado, fls. 21, que “o número de vagas está adequado frente às realidades verificadas dos Cursos de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, no país”.

Relação dos Docentes e Especificação da Composição Percentual de Doutores, Mestres, Especialistas e Graduados (Deliberação 145/2016)

Em seu Relatório circunstanciado, a Comissão de Especialistas avaliou o quadro demonstrativo dos docentes apresentado pela Instituição em seu Projeto Pedagógico, bem como o quadro percentual de Mestres e Doutores, fls. 21 verso a 23 verso, e concluiu:

Consideramos que a IES atende plenamente à Deliberação 145/2016, na medida em que seu corpo docente possui na sua maioria titulação de mestre e doutor.

Os percentuais de mestres e doutores descritos no Projeto Pedagógico enviado pela Instituição, bem como no Relatório circunstanciado da Comissão de Especialistas, não são os mesmos deste Parecer, visto que, ao analisar os Currículos dos Docentes do Curso na Plataforma Lattes, constatou-se que os professores Bruno Jareta de Oliveira e Thiago Pereira da Silva Mazucato concluíram o Doutorado no ano de 2020, conforme já foi esclarecido anteriormente no item “Corpo docente”.

Termo de Compromisso

Em relação aos Termos de Compromisso anexados ao Processo pela Instituição, a Comissão de Especialistas esclareceu que eles estão em conformidade com as necessidades do Curso de Bacharelado em Comunicação Social, com Habilitação em Publicidade e Propaganda, fls. 23 verso:

A IES possui 02 termos de compromissos:

a) Ref.: Plano de aquisições para o Curso Bacharelado em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda. Neste termo a IES assume o compromisso de:

- *Fazer novas edificações e instalações;*
- *Adquirir novos equipamentos e materiais;*
- *Ampliar o corpo docente e de funcionário conforme necessário.*

b) Plano de Ampliação Permanente do Acervo de Livros e de Periódicos Especializados para o Curso Bacharelado em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda.

Consideramos que os termos estão em conformidade às necessidades do curso, ressaltando o compromisso da IES de buscar permanentemente a sua melhoria.

Ao abordar anteriormente o item “Termo de Compromisso”, na Informação AT, foi esclarecido que nos arquivos constantes no CD enviado pela Instituição, fls. 31, os Termos de Compromisso do Anexo 1 e do Anexo 2, ambos em PDF, possuíam apenas a assinatura do presidente da Fundação Educacional de Penápolis, Fábio José Garcia Ramos Gimenes, e não do diretor geral da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Penápolis, Prof. Dr. Wanderli Aparecido Bastos.

Esclarece-se que foi realizada Diligência em 15/05/2020, Ofício AT 87/2020, fls. 39 e 40. A Instituição se manifestou no dia 26/05/2020, por meio do Ofício 042/2020, e reenviou os dois Termos de Compromisso, Anexo I e Anexo II, assinados pelo presidente da Fundação Educacional de Penápolis, Fábio José Garcia Ramos Gimenes, e pelo diretor geral da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Penápolis, Prof. Dr. Wanderli Aparecido Bastos, fls. 41 a 45.

Apreciação Final

Após concluir a análise do Projeto Pedagógico, bem como avaliar a incorporação das alterações promovidas pela Instituição de Ensino, visando atender ao que foi pontuado pela Comissão de Especialistas no Relatório circunstanciado, a Comissão apresentou sua apreciação final, fls. 36 verso, em relação ao

pedido de aprovação do projeto do Curso de Bacharelado em Comunicação Social, com Habilitação em Publicidade e Propaganda, da Faculdade de Filosofia, Ciência e Letras de Penápolis, conforme segue:

Reconhecendo o esforço empreendido pela IES quanto aos ajustes recomendados e seu posicionamento quanto permanência de algumas questões que não foram alteradas entende-se que a instituição tem um perfil e uma tradição a seguir que deve ser amplamente respeitado. Todas as recomendações que constam no primeiro relatório foram feitas diante de algumas preocupações surgidas na leitura do PPP. Sabe-se, porém, que a IES tem competência para saber quais são importantes e outras que não se adequam ao seu perfil e do estudante que quer formar.

Considerando que as recomendações foram atendidas na medida em que a IES considerou relevante e que o PPP está em conformidade com a legislação vigente, opina-se com o parecer FAVORÁVEL à aprovação do curso em tela.

Considerações Finais

O Projeto inicial foi refeito por conta de uma série de apontamentos feitos pela Comissão de Especialistas, que ao final foi atendido.

A IES estabeleceu 2 (dois) Termos de Compromisso referentes à:

a) *Plano de aquisições para o Curso Bacharelado em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda. Neste termo a IES assume o compromisso de:*

- *Fazer novas edificações e instalações;*
- *Adquirir novos equipamentos e materiais;*
- *Ampliar o corpo docente e de funcionário conforme necessário.*

b) *Plano de Ampliação Permanente do Acervo de Livros e de Periódicos Especializados para o Curso Bacharelado em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda.*

A Comissão de Especialistas, em seu Relatório circunstanciado, emite parecer favorável ao Projeto do Curso.

2. CONCLUSÃO

2.1 Aprova-se, com fundamento na Deliberação CEE 142/2016, o Projeto do Curso de Bacharelado em Comunicação Social, com Habilitação em Publicidade e Propaganda, da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Penápolis, com sessenta vagas anuais.

2.2 Para a autorização de funcionamento do Curso, a Instituição deverá solicitar a este Conselho, no prazo de um ano, com possibilidade de prorrogação por igual período, a visita de Especialistas às suas instalações para a verificação do cumprimento dos Termos de Compromisso e para a elaboração de Relatório circunstanciado, nos termos da Deliberação CEE 171/2019, reiterando que até essa aprovação a IES não poderá realizar processo seletivo para o referido Curso.

2.3 A presente aprovação tornar-se-á efetiva por ato próprio deste Conselho, após homologação deste parecer pela Secretaria de Estado da Educação.

São Paulo, 30 de junho de 2020.

a) Cons. Marcos Sidnei Bassi
Relator

3. DECISÃO DA CÂMARA

A CÂMARA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR adota, como seu Parecer, o Voto do Relator.

Presentes os Conselheiros Cláudio Mansur Salomão, Décio Lencioni Machado, Eliana Martorano Amaral, Francisco de Assis Carvalho Arten, Iraíde Marques de Freitas Barreiro, Luís Carlos de Menezes, Marcos Sidnei Bassi, Maria Cristina Barbosa Storópoli, Roque Theophilo Júnior, Rose Neubauer e Thiago Lopes Matsushita.

Reunião por Videoconferência, em 08 de julho de 2020.

a) Cons. Roque Theophilo Júnior
Presidente

DELIBERAÇÃO PLENÁRIA

O CONSELHO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO aprova, por unanimidade, a decisão da Câmara de Educação Superior, nos termos do Voto do Relator.

Reunião por Videoconferência, em 15 de julho de 2020.

Cons. Hubert Alquéres
Presidente

PARECER CEE Nº 236/2020 – Publicado no DOE em 17/07/2020

Res SEE de 17/07/2020, public. em 06/08/2020

Portaria CEE GP nº 197/2020, public. em 07/08/2020

- Seção I - Página 21

- Seção I - Página 25

- Seção I - Página 24